



**Universidad  
Zaragoza**

## **Trabajo Fin de Grado**

Periodismo digital y Twitch: los nuevos horizontes de la  
comunicación.

Digital journalism and Twitch: the new horizons of  
communication.

Autor

Diego Pinilla García

Directora

Natalia Martínez Oliván

Grado en Periodismo. Curso 2020-2021.

Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Zaragoza

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>pág 4-5</b>
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>pág 6</b>
2.1 Generales .....	pág 6
2.2 Específicos .....	pág 6
<b>3. MARCO TEÓRICO. ESTADO DE LA CUESTIÓN. ....</b>	<b>pág 7-24</b>
3.1 Qué es y cuándo surge Twitch .....	pág 7-10
3.2 Principales competidores durante los últimos años .....	pág 10-14
3.3 Funcionalidades de Twitch .....	pág 15-18
3.3.1 Tipos de estatus .....	pág 15-18
3.4 Características de Twitch .....	pág 18-23
3.5 Canales de Twitch España con mayor masa social .....	pág 24-24
<b>4. INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS .....</b>	<b>pág 26-53</b>
4.1 Comunicadores .....	pág 27-40
4.2 Periodistas .....	pág 42-53
<b>5. CONCLUSIONES .....</b>	<b>pág 54-58</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>pág 58-66</b>
<b>7. ANEXOS .....</b>	<b>pág 66-96</b>

**Título del TFG:** Periodismo digital y Twitch: los nuevos horizontes de comunicación.

**Title in English:** Digital journalism and Twitch: the new horizons of communication.

### **Resumen**

En este trabajo de investigación se va a estudiar la influencia de Twitch en el contexto actual de la comunicación para poder conocer las nuevas oportunidades que están surgiendo en el ámbito periodístico. Primero, se establece un marco teórico teniendo en cuenta los siguientes aspectos: qué es y cuándo surge Twitch, quiénes han sido los principales competidores de la plataforma en los últimos años, qué funcionalidades permite, qué le caracteriza y, por último, cuáles son los canales españoles con una comunidad más grande. Para ello, se han establecido dos objetivos generales: el primero de ellos es contextualizar Twitch y su contenido dentro del ámbito digital periodístico. Y el segundo objetivo es valorar si el desarrollo y la popularidad alcanzados por la plataforma han propiciado que el periodismo intente hacerse un hueco entre la enorme diversidad temática existente. Para ello se ha realizado una selección exhaustiva de ocho canales muy distintos entre sí para ser analizados. De la información obtenida se deduce que el periodismo ha encontrado en los directos una forma innovadora de ejercer la profesión, sumergiéndose de lleno en el mundo de las nuevas tecnologías.

### **Palabras clave**

Periodismo, comunicación, Twitch, futuro, directo, creador, plataforma.

## 1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

Vivimos en un mundo globalizado que se caracteriza por los cambios acelerados en la política, la sociedad y la cultura. Cada vez existen más contenidos que aumentan la oferta de ocio y entretenimiento de manera irrefrenable, generando oportunidades profesionales en ámbitos que hace poco tiempo eran impensables. Esto es exactamente lo que ha pasado con las plataformas de *live streaming* en los últimos años. Su constante desarrollo y perfeccionamiento han atraído cada vez a más personas de todo el mundo interesadas en consumir este tipo de contenido y por qué no, a generarlo por sí mismos.

En un primer momento, los eSports se lanzaron al vacío apostándolo todo por un mundo todavía sin explorar. Comenzaron a retransmitir competiciones de videojuegos en directo en una selva virtual y primitiva. Poco a poco, el público fue respondiendo positivamente y con los años se fueron dando pequeños pasos hacia una profesionalización de la industria que a día de hoy es una realidad. Gran parte de la culpa de todo esto la tiene Twitch. Si bien es cierto que han existido distintas plataformas en la última década que han apostado por las retransmisiones en vivo, la que sobresale por encima del resto indudablemente es la web propiedad de Amazon. Su sistema de pagos, sus funcionalidades y su popularidad la han convertido en la herramienta perfecta para los creadores.

La suma de todos estos atractivos ha provocado que muchas personas de diferentes esferas de la sociedad se hayan sumado al contenido en directo en internet. Científicos, politólogos, artistas, psicólogos, influencers y un sinnúmero de personalidades han iniciado ya su camino en Twitch. Como también lo han hecho los periodistas, profesión sumida en una búsqueda constante de lo 'nuevo'. La comunicación está centrada ahora mismo en lo digital, donde han surgido modelos innovadores de información, tales como las redes sociales o plataformas de *live streaming*.

Para mí, consumidor de Twitch desde hace ya varios años y periodista en potencia, la creación de canales por parte de periodistas de cualquier campo ha sido un hecho (en parte) esperado, pero a la vez muy significativo. La adaptación siempre va a ser la clave, y mucho más cuando se trata de una actividad como esta. Cuanto antes llegue la información a las nuevas formas de comunicar que van surgiendo en internet constantemente, mayores opciones tendremos los profesionales para emprender nuevos proyectos vanguardistas.

Al ver el enorme crecimiento experimentado por la plataforma de Amazon durante todo el año 2020, engrandecido por el confinamiento domiciliario al que todos nos vimos obligados a causa de la pandemia del coronavirus, encontré el contexto perfecto para ir moldeando mi trabajo de fin de grado. Y es que, si queremos estar al tanto de lo que sucede a nuestro alrededor, Twitch y los creadores de contenido conforman uno de los fenómenos que más ha destacado en los últimos meses. Ya no son solo *gamers* mostrando sus partidas a amigos y familiares, la comunidad española de Twitch acoge a ilustradores, escritores, humoristas, deportistas, divulgadores y periodistas, entre muchos otros, en una familia heterogénea y unida que busca contribuir positivamente a la sociedad en la medida de lo posible.

## **2. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS**

En esta investigación se analiza un extenso abanico de canales de Twitch, entre los que se incluyen varios ostentados por periodistas. Y se plantean dos hipótesis de trabajo: "¿Tiene cabida el periodismo en la creación de contenidos para internet?" y "¿son las plataformas de streaming online el futuro de la comunicación?"

También se han establecido dos objetivos principales a nivel general y varios específicos, los cuales se exponen a continuación:

### **2.1 Generales**

- a) Contextualizar Twitch y su contenido dentro del ámbito digital periodístico.
- b) Valorar si el desarrollo y la popularidad alcanzados por la plataforma han propiciado que el periodismo intente hacerse un hueco entre la enorme diversidad temática existente.

### **2.2 Específicos**

- Valorar las posibilidades que ofrece Twitch como un nuevo medio digital.
- Conocer hacia dónde se está dirigiendo la comunicación y cuál es el horizonte que se vislumbra a corto plazo para los periodistas.
- Realizar una síntesis, a partir del análisis de un abanico muy amplio de canales, acerca de las características comunes y particulares que convergen entre los creadores de contenido en Twitch.

### 3. MARCO TEÓRICO. ESTADO DE LA CUESTIÓN.

Para la elaboración del marco teórico de la presente investigación se han establecido cinco partes diferenciadas para contextualizar de manera eficaz el posterior análisis de los canales seleccionados. En primer lugar, se va a hacer una explicación de qué es Twitch y cuándo surgió, ya que en sus inicios la *web* era conocida como *Justin.tv*. Después, se continuará comparando la plataforma con sus principales rivales históricos. Más tarde, será conveniente ahondar en cuáles son las funcionalidades y las características por las que se ha hecho tan conocido. Para, finalmente, exponer en una tabla los canales españoles que albergan un mayor número de seguidores y que, por tanto, tienen más relevancia a nivel nacional.

#### 3.1 Qué es y cuándo surge Twitch

Antes de comenzar a desgranar y a explicar todas las funcionalidades y posibilidades que se abren en la plataforma propiedad de Amazon, es necesario empezar desde la base. Gutiérrez y Cuartero (2020) afirman que "Twitch es un medio de emisión de vídeo en directo en la que se combina la emisión audiovisual con un chat en abierto. Se construye sobre los gameplays, la participación de la audiencia y la construcción de una comunidad gracias a sus herramientas interactivas." Asimismo Twitch se ha constituido como la plataforma de *live streaming* más grande del mundo acogiendo cada vez un contenido más diverso en el que ya no solo se incluye la retransmisión de partidas de videojuegos en directo, sino que los usuarios pueden encontrar desde canales de deporte hasta canales de divulgación, pasando por otros de música, de política o de cocina, entre muchas otras categorías.

Pero antes de ser tal y como lo conocemos en la actualidad, hubo un espacio online previo que creó los cimientos sobre los que hoy en día está asentada la plataforma. Fue en 2007, cuando el empresario estadounidense Justin Kan lanzó junto a sus socios Emmett Shear, Michael Seibel y Kyle Vogt, Justin.tv. Meses antes de iniciar el proyecto Justin quiso probar este modelo tan nuevo y original de *lifecasting* emitiendo en directo todo lo que él hacía en su vida sin cortes, ni siquiera para dormir o ir al baño. Y esto fue posible gracias a una cámara -que incrustó en una de sus gorras- y a una conexión a internet (Romero, 2016).

Bajo el eslogan "pierde el tiempo viendo cómo otra gente pierde el tiempo", el joven graduado en física y filosofía por la Universidad de Yale expuso su vida de manera experimental durante ocho meses. Hubo muchas personas, como el empresario y escritor británico Andrew Keen, que criticaron este nuevo modelo de 'televisión por internet'. Así lo recoge en su obra *The Cult of Amateur* (2007), en la que opina que Justin.tv no solo estaba condenado al fracaso, sino que además sus creadores recordarían este proyecto, pasados unos años, con vergüenza (Martín, 2007). Pero, por el contrario, también hubo muchos otros que vieron esta idea como el futuro de la televisión por internet. Este pensamiento positivo estaba personificado en Paul Graham, empresario británico fundador de compañías como *Y Combinator* que quiso brindar apoyo económico a Justin.tv prácticamente desde su creación. Como declaró al diario *San Francisco Chronicle* en 2007, el modelo estaba destinado a reclutar a cientos de personas que más tarde crearían sus propios canales, habiendo siempre contenidos interesantes entre todos ellos. De manera que los consumidores escogerían el que más les atrajese en cada momento.

Así pues, después de comprobar que los directos de Justin Kan habían despertado la curiosidad de cientos de personas que a su vez, querían transmitir contenido propio, emergió de manera oficial Justin.tv. La idea inicial de este proyecto fue la de crear un espacio online en el que cualquier persona pudiera transmitir en directo a una audiencia interactiva. Una audiencia que tenía acceso a una sala de chat en la que se podían hacer comentarios y preguntas tanto a la persona que estuviera realizando la emisión en vivo como al resto de internautas concentrados en ese mismo momento viendo la emisión. Además existía la opción de poder enviar un correo electrónico al resto de usuarios conectados, muy similar a la sala de chat, ya que el objetivo era el mismo -entablar una conversación vía mensajes online-, pero que dejaba de lado la instantaneidad. De esta forma, Justin.tv alcanzó un gran éxito durante sus primeros años de vida y fue entonces cuando Emmett Shear y el resto del equipo decidieron darle un enfoque distinto.

El cofundador de la empresa aprovechó la popularidad ya alcanzada para centrar el contenido en los videojuegos. El propio Emmett, que era jugador habitual, vio una gran oportunidad para poder crear una comunidad en la que cualquiera pudiera aprender, interactuar y mejorar viendo a los jugadores de más alto nivel de todo el mundo. Con todo ello, llega en 2011 el nacimiento de Twitch como un *spin off* de Justin.tv especializado en el streaming de videojuegos. Hasta ese momento la comunidad de



*gamers* de Justin.tv había sido ignorada pese a tener un peso destacado en el tráfico de la plataforma -así lo han relatado los fundadores de la empresa en diversas entrevistas-, pero los máximos mandatarios supieron actuar a tiempo y poner un remedio a esta situación (Russo, 2020). "De esta manera, los conceptos de streaming (como producción de contenidos en directo) y streamer (como la persona que lleva a cabo esta producción) adquieren un significado propio si se les asocia específicamente con esta plataforma" (Gutiérrez, 2020).

Con Twitch se abría un nuevo camino lleno de posibilidades para la industria de los videojuegos. Desde aquel momento Twitch.tv no ha dejado de crecer. Comenzó a adquirir cada vez una mayor fama hasta el punto de llegar a obtener mejores resultados que el producto original. Para ser más exactos, el soporte de vídeos en directo alcanzó en 2013 una media diaria de 200.000 espectadores, cifras impensables tan sólo dos años antes -momento en el que fue creado- (TwitchTracker, 2020). Tanto fue así, que en 2014 se anunció el cierre definitivo de Justin.tv para focalizar todos los esfuerzos de la empresa en desarrollar y mejorar la plataforma morada. Primero llegaron los progresos en la calidad de vídeo, después en los *backup* o copias de seguridad y más tarde, se implementó una nueva interfaz de vídeo (Russo, 2020). Todo ello propició una serie de rumores ese mismo año (2014) en los que se especulaba con la posible compra de la compañía por parte de una gran multinacional que estuviera relacionada con la tecnología, como en el caso de Google, Yahoo y Amazon. Pero cuando más interés parecía que había por parte de Google y más probable parecía su adquisición de Twitch, Jeff Bezos sorprendió a todo el mundo. Amazon absorbió a Twitch Interactive Inc el 25 de agosto de 2014 por 970 millones de dólares (unos 735 millones de euros), y los medios de comunicación de todo el mundo se hicieron eco de la noticia.

Ambas partes quedaron muy satisfechas con el negocio realizado. Por un lado, Emmet Shear (CEO de Twitch) declaró en un comunicado que se habían decantado por Amazon porque creían en su comunidad y compartían una visión a largo plazo y unos valores muy similares. Mientras que el fundador y consejero delegado de Amazon, Jeff Bezos, aseguró que tanto él como todo su equipo, estaban deseando aprender de ellos y ansiosos de ayudarles a moverse más rápido para poder brindar nuevos servicios a la comunidad de jugadores (diario El País, 2014). Esta compra supuso la mayor adquisición de la compañía estadounidense en sus veinte años de vida, y por tanto, la mayor inversión de Amazon en todos los niveles. Además, también hubo otros aspectos

que influyeron en la consecución del trato final como poder mantener la identidad de la compañía, a los empleados que ya trabajaban en ella y sus oficinas. Conservando, en definitiva, su esencia como marca ya establecida en el mercado (Álvarez, 2014).

Con el paso del tiempo la plataforma morada se ha convertido sin lugar a dudas en la principal impulsora de los eSports (deportes electrónicos), albergando desde 2017 más usuarios y visitas en su página que medios digitales como Netflix o HBO (Gómez, 2017). Y no solo eso, también ha conseguido atraer a algunos de los mayores creadores de contenido digital. En noviembre de 2018 Rubén Doblas Gundersen, más conocido como El Rubius, anunció que volvía a Twitch. Regreso esperado después de su marcha en el año 2015 tras haber realizado tan solo diez *streamings*. Al igual que él, muchos otros youtubers españoles de gran recorrido como Auronplay, Alexby11 o bysTaXx han decidido dar el paso y trasladarse virtualmente al soporte propiedad de Amazon, aunque la mayoría mantienen su canal de YouTube y trabajan en paralelo en ambos espacios.

### **3.2 Principales competidores durante los últimos años**

A raíz del éxodo de estas grandes personalidades del mundo de internet a Twitch y del interés de éstos en producir contenidos en directo, hubo varias multinacionales que decidieron lanzar una variante de sus sitios web para competir con la plataforma de Amazon. Google incluyó en el verano de 2015 un medio propio dedicado única y exclusivamente a la industria de los videojuegos denominado YouTube Gaming. Microsoft hizo lo propio apostando por la compra de la compañía Beam, la cual se renombró como Mixer en agosto de 2016. Y, por último, Facebook siguió los pasos de Google al incorporar a su red social Facebook Gaming en 2018. En un primer momento hubo serias dudas de si alguna de ellas podría conseguir plantarle cara a Twitch.tv. Lanzarse a la piscina en un primer momento con aquello que está de moda es relativamente sencillo; pero si no se crea un proyecto de calidad y sobre todo, con vistas a largo plazo, realmente no sirve de mucho (Raya, 2018). No obstante, las tres webs pusieron todo su empeño en lograr un único objetivo: ser la plataforma de vídeos en directo líder del sector.

En el caso de YouTube Gaming sus aspiraciones se desvanecieron tan solo tres años después de su creación. Tras no haber encontrado su sitio, Google tomó la decisión de cerrar en marzo de 2019 tanto la aplicación como la web denominadas YouTube

Gaming. Ambas formaban parte de un proyecto que no consiguió los resultados esperados debido en parte, a la confusión que se había generado entre los creadores y los consumidores desde el principio. ¿Por qué introducir paralelamente a YouTube una plataforma enfocada solo en los videojuegos? ¿No tenía cabida el *gaming* en su página principal? Lo cierto es que de los 200 millones de personas que consumían este tipo de contenido en la plataforma de Google en 2018, la mayoría no usaban YouTube Gaming. Es más, muchos de ellos no sabían ni siquiera que existía (El Español, 2018). Con su desaparición, las suscripciones y el contenido de YouTube y YouTube Gaming se fusionaron. De la misma forma, algunas de las funcionalidades desarrolladas en la escisión nacida en 2015 fueron implementadas en la página principal para tranquilidad de los usuarios, dejando así entrever que la apuesta por los videojuegos realizada por el gigante americano no había sido en vano y que la eliminación de este proyecto fallido no significaba que la compañía fuera a dejar de lado a la comunidad *gamer*.

Muy distinto fue el camino de Mixer, impulsada por Microsoft y con una evolución ascendente con la que llegó a alcanzar la cifra de 10 millones de usuarios activos mensuales un año después del acuerdo. Para ello necesitaron implementar novedosas funcionalidades como 'Interactive', mediante la cual los espectadores podían incidir de forma directa en el juego del canal que estuvieran viendo, o 'Hype Zone', que consistía en que cuando los *streamers* se acercaban al final de una partida y estaban entre los 10 últimos supervivientes -en un juego de *battle royale* como Fortnite o PUBG-, se creaba un ciclo entre los *streamers* dentro de ese Top 10 para que los usuarios pudieran saltar de manera sencilla de un canal a otro y de esta forma, ver el desenlace de la partida desde distintos puntos de vista (MeriStation, 2020). Además de eso, también decidieron contratar a algunos de los creadores de contenido con una mayor comunidad dentro de Twitch, su máximo rival, para atraer todavía más audiencia y elevar la calidad del proyecto. El caso más destacado a nivel global fue el de Ninja, *streamer* americano y jugador profesional de eSports que durante varios años estuvo considerado como el creador de contenidos más influyente del mundo. Éste recibió en agosto de 2019 una oferta millonaria por parte de la empresa de Microsoft que Twitch no pudo igualar, y decidió poner rumbo a Mixer. Las cifras del acuerdo con Mixer: entre 20 y 30 millones de dólares por un año. Así lo declaró el director general de la agencia de talento a la que pertenecía Ninja en la CNN. Contrato que según recogen muchos medios, superaba con

creces al que le brindó Twitch en su intento de evitar la salida del americano de la plataforma, con alrededor de 15 millones de dólares en tres años (el Plural, 2020).

Pero el dinero no lo es todo. El de Detroit vio reducidas sus cifras en cuanto a seguidores y espectadores. Pasó de tener 14 millones de seguidores en Twitch a los menos de 3 millones de Mixer. Y no solo eso, su popularidad se redujo y las críticas negativas hacia él fueron cada vez más frecuentes (el Plural, 2020). Tan solo unos meses más tarde de fichar a Ninja, y contra todo pronóstico, la plataforma propiedad de Microsoft anunciaba el cese de su actividad a partir del 22 de julio de 2020. El motivo no podía ser otro que las audiencias, nada esperanzadoras y muy por debajo de las que seguía cosechando Twitch pese a haber hecho grandes desembolsos para atraer a los *streamers* más grandes de su rival. La noticia de su cierre vino acompañada del anuncio por el que se hacía saber al público general que desde el verano de 2020, Mixer se iba a asociar con Facebook Gaming en aras de aunar fuerzas frente al gigante morado. Las preguntas que surgieron entonces fueron, ¿Dónde hará *streamings* a partir de ahora Ninja? ¿Volverá a Twitch de nuevo? La respuesta era clara: sí. Después de rechazar una oferta escandalosa, que pudo confirmar el prestigioso analista y reportero de eSports Rod Breslau, de unos 60 millones de dólares anuales, el regreso del americano a la plataforma que le había ayudado a crecer desde sus inicios era un hecho (Gutiérrez, 2020).

A la lucha por llevarse el trozo más grande del pastel se unió en 2018 Facebook Gaming, el único de los tres competidores de Twitch mencionados hasta ahora que todavía mantiene latente su sitio web. En su primer año ya sumó más de 114 millones de horas visualizadas en todos sus *streamings*, dato que se quedó muy cerca del obtenido por Mixer ese mismo año (142 millones), pero que todavía estaba muy lejos tanto de YouTube Gaming (2.310 millones) como de Twitch (7.777 millones). Si bien es cierto que empezar de cero conlleva ser el último de la fila, en su segundo año, Facebook Gaming ya había conseguido superar a la plataforma de Microsoft. Con un crecimiento bruto del 210% anual, la compañía de Mark Zuckerberg logró en 2019 un total de 356 millones de horas visualizadas, siendo la página que más creció aquel año (Genbeta, 2019).

Esta progresión se produjo, en parte, gracias al flujo de creadores de contenido que pasaron de hacer directos en Twitch a Facebook Gaming. Y es que el caso de Ninja no

fue el único dentro del mercado de fichajes del mundo de los videojuegos. En España, sin ir más lejos, hubo un acontecimiento que llamó la atención de muchos de los usuarios de Twitch. El *streamer* español más grande en cuanto a seguidores, LOLiTO Fdez, dejó su canal en octubre de 2019 para irse a la competencia. El malagueño renunció a sus más de 2 millones de seguidores de la plataforma morada y apostó, de manera sorprendente, por trabajar con Facebook. Una mudanza que para muchos responde a una motivación económica -pese a no haberse desvelado nunca cuáles eran las cifras del contrato firmado- (Genbeta, 2019). A lo largo de todo el año 2020, la aplicación de Mark Zuckerberg consiguió copar un 5.7% de la audiencia total que consume *live streamings* de forma digital. Este porcentaje supone casi el doble del conseguido en el año anterior (3%), pero no fue del todo satisfactorio para sus dirigentes. La razón principal de esto es que tras el cierre de Mixer y su anexión a Facebook, se esperaba lograr al menos el 6% que entre ambas habían conseguido copar en 2019. Aunque no era un fracaso, dado que habían conseguido adelantar a YouTube Gaming, el crecimiento de Twitch fue imparable, llegando a acumular alrededor del 90% de la cuota de pantalla (Líbero, 2021).

Sin embargo, la web de vídeos en directo propiedad de Amazon no solo ha superado en usuarios y visitas a sus competidores más cercanos en los últimos años -caso de YouTube Gaming, Mixer y Facebook Gaming-, sino que también ha superado en estos mismos aspectos a otras plataformas digitales de la talla de Netflix y HBO. Desde 2017 Twitch concentra una comunidad más grande en cuanto a número de usuarios y visitas que estos dos gigantes erigiéndose como un referente del entretenimiento a escala global que no deja de crecer (Gómez, 2017). Éxito que se vio más reforzado si cabe durante el año 2020 debido, en gran parte, a la emergencia sanitaria mundial causada por el coronavirus. La razón es simple: tras el inicio de la pandemia y la complicada situación que se estaba viviendo en España y el resto de países del mundo, la medida primordial que implantaron las autoridades competentes fue el confinamiento domiciliario. El Gobierno español declaró el Estado de Alarma el 13 de marzo de 2020, entrando en vigor un día después. Una vez seguidos estos pasos, el confinamiento domiciliario era inminente. Desde el 15 de marzo de 2020 la población española debía asumir la necesidad de quedarse en casa y salir solo para lo necesario.

A partir de abril de 2020, fecha en la que se aprobaron la mayoría de los confinamientos domiciliarios a causa del coronavirus alrededor de todo el mundo, el

total de horas consumidas de Twitch creció en un 56%, superando así entre abril y junio las cinco mil millones de horas totales (Cueto, 2021). Pero no solo hubo una progresión notable en cuanto al tiempo de consumo dentro de la plataforma. La epidemia dio lugar a que hubiera una mayor diversidad temática concentrando a nuevos creadores de contenido de ámbitos muy diversos. Cantantes, humoristas, actores, deportistas e infinidad de personalidades de la esfera pública pusieron su granito de arena y quisieron acercarse a la web de *streamings* con distintos objetivos. Algunos veían en los directos una posible fuente de ingresos -necesaria dadas las circunstancias- y, un medio de entretenimiento más con el que poder pasar los días durante el encierro. Sea por el motivo que sea, lo cierto es que la concepción inicial que unía a Twitch con los videojuegos poco a poco se ha ido diluyendo en favor de una cartera de canales mucho más variada y rica.

En definitiva, hoy por hoy no cabe duda de que la página de Amazon "lidera la revolución del streaming en Internet" y su éxito no se entendería sin "esa sensación de cercanía, intimidad e inmediatez" que se percibe en cada uno de los directos (Rabanaque, 2021). Pero... ¿cómo funciona? y todavía más importante, ¿cuáles son sus características?

Desde sus orígenes Twitch ha ido evolucionando siempre de la mano de las peticiones que hacían los usuarios de la plataforma. Hecho que le ha permitido crecer en base a las necesidades que iban apareciendo en sus consumidores a lo largo del tiempo, adaptándose de manera sensacional al nuevo contexto en el que ha estado enmarcado desde el comienzo. Así, pueden analizarse en la actualidad sus facetas más distintivas tales como: la interfaz de la página, los distintos modos de consumir, el atractivo sistema de pagos, la censura de algunas palabras y comportamientos, y el funcionamiento de la publicidad.

Por tanto, los competidores de Twitch más destacados han sido:

Plataforma	Año(s)	Propiedad de
Twitch (activa)	2011-2014 / 2014-2021	Socios fundadores / Amazon
YouTube Gaming (cerrada)	2015-2019	Google
Beam / Mixer (cerrada)	2015-2016 / 2016-2020	Microsoft
Facebook Gaming (activa)	2018-2021	Mark Zuckerberg

### 3.3 Funcionalidades de Twitch

Al acceder a [Twitch.tv](https://www.twitch.tv) el usuario se encuentra con la interfaz de la página principal. En ella hay una gran variedad de opciones sobre qué ver repartidas por toda la pantalla con una disposición muy ordenada. En el centro hay un *slider*, es decir, una especie de panel publicitario en el que se proyectan diferentes vídeos en directo sobre los que se puede deslizar hacia izquierda o derecha (ilustración 1). Además, justo debajo de este *slider* aparecen varios canales en directo "que podrían interesarte" (ilustración 2). Bajando con el ratón en la misma página se muestran una serie de categorías recomendadas, seguidas de varios *streams* de comunidades más pequeñas sugeridas. Justo después se proponen emisiones ordenadas por categorías en función de las preferencias de cada usuario y finalmente, la página principal llega a su fin ofreciendo al usuario algunos clips de los creadores a los que sigue.

Retrocediendo al inicio destaca la pestaña "Siguiendo" de la barra superior, en la que se muestran todas las novedades de los canales a los que cada usuario sigue (ilustración 3). Mientras que en "Explorar" el usuario puede descubrir nuevos canales que en ese momento estén transmitiendo en directo (ilustración 4). Asimismo, desde la barra superior también se pueden realizar búsquedas, consultar recompensas, ver notificaciones, revisar mensajes, comprar bits para apoyar a los creadores y acceder los ajustes de la cuenta de cada usuario (ilustración 5). Además de poder realizar todas estas acciones, en la parte izquierda se encuentra situado un panel en el que iniciando sesión se puede ver una lista con todos los canales seguidos, y otra debajo en la que se indican una serie de canales recomendados (ilustración 6) los cuales se encuentran en directo en ese preciso instante (Twitch, 2021).

#### 3.3.1 Tipología de los usuarios

##### A) Internautas o consumidores casuales

Los modos de consumo concentran algunas semejanzas y diferencias entre ellos, difíciles de distinguir para los nuevos usuarios. En primer lugar, **cualquier internauta** que acceda a la página web <https://www.twitch.tv/> puede disfrutar del contenido en directo de cualquier canal de la plataforma así como de la visualización del chat interactivo. No hay necesidad de registrarse o iniciar sesión para ello.

#### B) Usuarios no suscriptores

En un segundo nivel, se encuentran los **usuarios no suscriptores**. Personas con una cuenta de twitch personal a través de la cual pueden acceder a los *live streamings* de igual forma que lo hacen los no usuarios, pero que además tienen funcionalidades extra disponibles. Pueden seguir a los canales en los que estén interesados, siendo avisados con una notificación cuando el creador inicie directo, tienen un listado de todos los canales a los que siguen en la parte izquierda de su pantalla, en el que se indica si están retransmitiendo o no, y lo más importante: tienen acceso al chat del directo, pudiendo escribir mensajes siempre y cuando el creador lo permita (Twitch, 2021).

#### C) Suscriptores

Tanto los consumidores que no son usuarios como los usuarios que no están suscritos a ningún canal disfrutan del contenido sin tener que pagar por él. Mientras que los usuarios que deciden apoyar un canal económicamente se encuentran en el siguiente nivel. Este es el caso de **los suscriptores**, que desbloquean ventajas extra como: acceso a emoticonos personalizados, que se pueden usar en todos los chats de twitch, un emblema de suscriptor (que va evolucionando a medida que aumenta la antigüedad de la suscripción si el canal ha establecido emblemas de fidelidad), seguir comentando en el chat cuando esté en modo 'solo para suscriptores', volver a ver en diferido el directo una vez finalizado, en caso de que el contenido esté restringido para suscriptores, y algunas otras como la participación en sorteos dependiendo del canal en cuestión (Twitch, 2021).

#### D) Creadores: afiliados y socios

**Los creadores de contenido**, por su parte, quedan separados de los consumidores emergiendo como la figura principal de los *streamings* y llevando a cabo todo el trabajo de preproducción y producción característicos de los géneros audiovisuales. La última fase, la postproducción, queda fuera de la ecuación en Twitch, puesto que una vez finalizada la transmisión el bruto del directo queda almacenado en un repositorio de vídeos bajo demanda (VOD). Sin embargo, no todas las personas que hacen directos en la página de Amazon reciben una remuneración a cambio de su trabajo. Para poder obtener ingresos y rentabilizar el tiempo invertido hay que cumplir una serie de requisitos mínimos obligatorios. Condiciones que, una vez alcanzadas, permiten a esas



personas ser **afiliados de Twitch**. Pero, ¿qué hace falta para formar parte del programa de afiliados de Twitch?

Los criterios necesarios hoy por hoy (abril de 2021) son: tener al menos quinientos minutos en total transmitidos en los últimos treinta días, siete días de transmisión únicos en los últimos treinta días, un promedio de tres espectadores simultáneos o más durante los últimos treinta días, y un mínimo de cincuenta seguidores (Twitch, 2021). Una semana después de que el canal sea elegible para participar en este programa, el creador recibe una invitación formal vía correo electrónico, a través de la cual solo necesita completar un breve proceso de incorporación. De esta forma el *streamer* ya puede obtener ingresos y seguir aumentando su comunidad con el objetivo de convertirse en **partner o socio de Twitch**.

Si el primer paso en el camino hacia la profesionalización es obtener el afiliado de Twitch, el segundo es crecer de manera progresiva y crear un espacio propio en la plataforma. El objetivo de esto no es otro que el de llegar a alcanzar los ingresos suficientes como si de un sueldo convencional se tratase, pero para muchos el recorrido no acaba aquí. A medida que la comunidad de un creador va creciendo y el canal aumenta en popularidad, el *streamer* consigue diferentes logros. Pero sin duda, el más importante es el denominado 'Hazte socio', que una vez completado, desbloquea un botón que permite presentar una solicitud para hacerse socio de Twitch. Esto significa que se cumplen los criterios mínimos para entrar en este programa, más premium que el de afiliados, que proporciona ventajas adicionales en cuanto a personalización del canal o asistencia prioritaria (Twitch, 2021). Sin embargo, no todo el mundo alcanza este estatus. Es más, ni siquiera todos los *streamers* que tienen la posibilidad de presentar la instancia son admitidos. Para poner esto en valor solo hace falta recurrir a las cifras. De entre más de 2 millones de creadores con los que contaba la plataforma alrededor del mundo a principios de 2021, tan solo 27.000 son *partners*, o lo que es lo mismo, un 1,35% del total (Iglesias, 2021). Datos que reflejan a la perfección la dificultad que conlleva el construir y mantener una comunidad de grandes dimensiones.

#### E) Otros

Antes de finalizar este apartado, merecen una mención especial otras dos categorías: **los moderadores y los VIP**, mucho menos conocidos pero que también forman parte de la comunidad de los canales más grandes. Los moderadores son aquellas personas

encargadas de gestionar el chat de un canal en todos los directos para garantizar que sea siempre seguro, amistoso y divertido. Y los VIP, son miembros valiosos de la comunidad de un *streamer* a los que se les asigna un emblema especial y que tienen la posibilidad de participar en el chat sin que les perjudique el modo lento o el solo para suscriptores (Twitch, 2021).

### 3.4 Características de Twitch

**Uno de los aspectos en los que se fundamenta la página de Amazon** es la censura, reflejada en un marco regulador denominado por la propia web 'Directrices de la comunidad'. Este apartado es público y está disponible en línea para todo aquel que tenga interés en conocerlo pero está dirigido, en especial, a los creadores que forman parte de Twitch. Al inicio del documento se expone que la misión de la empresa es proporcionar "la mejor plataforma social de vídeo del mundo", configurando un espacio "en el que Creadores y comunidades puedan interactuar con seguridad". Pero para alcanzar este objetivo, piden a todos los usuarios que participen de un modo "que fomente una experiencia cordial y positiva para nuestra comunidad global" (Twitch, 2021).

Además de los 'Términos del servicio' que todas las personas que se crean un usuario deben aceptar, la plataforma morada proporciona estas directrices a toda la comunidad. Unas directrices que "son pautas de sentido común y se aplican a todas las actividades y contenido generados por los usuarios en nuestros servicios". Asimismo, explican que estas pautas están en cambio constante, siendo actualizado con regularidad de acuerdo a la evolución que acompañe tanto a la comunidad como al servicio de Twitch, añadiendo que también existe la posibilidad de que haya directrices adicionales o excepciones específicas para ciertos servicios o propiedades del servicio de la web. En mayo de 2021 es digno de mención que la última actualización tuvo lugar el 07 de abril de 2021, lo que deja entrever que la renovación es constante y se suele dar cada mes (Twitch, 2021).

Antes de exponer y desarrollar cuáles son las directrices, la empresa deja claro que tiene reservado el derecho de suspender cualquier cuenta en el momento que crean preciso por cualquier conducta clasificada como inapropiada o perjudicial. Eliminar contenido, sancionar una cuenta por una infracción o suspenderla son solo algunas de las medidas que Twitch puede tomar cuando se incumple una de las siguientes pautas:

infracción de la ley, incumplimiento de una suspensión, comportamiento autodestructivo, violencia y amenazas, incitación al odio y acoso, difusión de información privada sin autorización, suplantación de identidad, spam, estafas u otra conducta malintencionada, desnudez, pornografía y otro contenido sexual, violencia extrema, gore u otro contenido obsceno, el incumplimiento de los derechos de propiedad intelectual y el no etiquetado de tu contenido (Twitch, 2021).

**Infracción de la ley.** Los usuarios deben respetar todas sus leyes locales, nacionales e internacionales aplicables cuando se utilizan los servicios de la aplicación. De la misma forma, se prohíbe cualquier contenido o actividad con el que se implique, fomente, ofrezca o solicite una actividad ilegal. Incluido el destruir o robar bienes materiales de propiedad pública o privada sin autorización, o ayudar a hacerlo, en un directo (Twitch, 2021).

**Incumplimiento de la suspensión.** Todas las suspensiones son vinculantes hasta su plazo de vencimiento o hasta que se levante después de que una reclamación haya obtenido la razón en un asunto concreto. "Cualquier intento de burlar la suspensión de una cuenta o un veto de chat mediante el uso de otras cuentas o identidades, o bien apareciendo en la cuenta de otro usuario, conllevará la aplicación de medidas adicionales contra tus cuentas (...)", que podrían acarrear una suspensión indefinida de la misma en función de la gravedad y la extensión de la irregularidad o la infracción comprobada (Twitch, 2021).

**Comportamiento autodestructivo.** Están prohibidas las actividades que puedan poner en peligro la vida de un creador o causarle lesiones físicas. Esto incluye, entre otras, amenazas de suicidio, lesiones físicas intencionadas, consumo ilegal de sustancias estupefacientes, consumo excesivo o ilegal de bebidas alcohólicas y conducción irresponsable o temeraria (Twitch, 2021).

**Violencia y amenazas.** Incluyendo cualquier acto de violencia y amenaza, que se tomarán muy en serio, constituyendo una infracción de la política de tolerancia cero a la que se acoge la empresa propiedad de Amazon. Todas y cada una de las cuentas que estén asociadas a dichas conductas "quedarán suspendidas indefinidamente". Incluyendo, entre otros:

- Intentos o amenazas de lesionar o matar a otros.
- Intentos o amenazas de 'hackear' o llevar a cabo ataques a otra persona.
- Uso de armas para amenazar, intimidar, lesionar o matar a otra persona.

La plataforma morada no permite contenidos que representen, glorifiquen, alienten o apoyen el terrorismo ni a miembros de organizaciones terroristas (hayan cometido o no actos extremistas violentos). Esto engloba amenazar o animar a terceros a cometer actos que puedan provocar lesiones de gravedad a grupos de personas o daños materiales significativos. No se permite mostrar propaganda terrorista o extremista, ni siquiera cuando el fin sea denunciar dicho contenido. Además, en el caso de que un usuario pierda el control de su *stream* por una lesión, una emergencia médica, una actuación policial o por ser víctima de una lesión grave, la plataforma se encarga de retirar el canal (de manera temporal) y todo el contenido ligado al mismo (Twitch, 2021).

Incitación al odio y acoso. Estos dos aspectos están prohibidos en Twitch, considerándose la incitación al odio como cualquier contenido o actividad "que incite a la discriminación, la denigración, el acoso o la violencia contra otros por las siguientes características de especial protección: raza, etnia, color, casta, nacionalidad de origen, religión, sexo, género, identidad de género, orientación sexual, discapacidad (...)", etc. También se ofrece una protección específica en función de la edad del usuario. La plataforma tiene tolerancia cero con la incitación al odio que se denuncie, ofreciendo a todas aquellas personas que forman parte de la comunidad la misma protección de acuerdo con esta política, "independientemente de sus características concretas".

El acoso puede manifestarse de muchas formas, según se explica en este apartado, incluyéndose acechar, hacer ataques personales o alentar a provocar daños físicos. "Además, el acoso sexual en concreto puede tener lugar en forma de propuestas o peticiones sexuales no deseadas, cosificación sexual o ataques degradantes relativas a las prácticas sexuales que se le suponen una persona". Las medidas aplicadas aumentarán en función de variables tales como un comportamiento dirigido, personal, explícito, repetido o prolongado. Aquellos incumplimientos más graves pueden provocar una suspensión indefinida en su primera infracción (Twitch, 2021).

Difusión de información privada sin autorización. No está permitido invadir la intimidad de los demás ni compartir contenido que pueda revelar información personal privada de particulares o de su propiedad privadas sin permiso previo. Esto incluye

compartir: "información que sirva para identificar a una persona (nombre real, ubicación o documento identificativo)"; "(...) perfiles restringidos o protegidos de redes sociales o cualquier información relativa a ellos"; o "(...) contenido que incumpla las expectativas razonables de privacidad" (Twitch, 2021).

Suplantación de identidad. Está prohibido cualquier contenido o actividad cuya finalidad sea suplantar a una persona u organización. Cualquier intento en el que alguien se haga pasar por un miembro del equipo de Twitch supone una infracción con tolerancia cero, lo que, como ya se ha comentado en otras pautas, es motivo de suspensión indefinida en la plataforma (Twitch, 2021).

Spam, estafas u otra conducta malintencionada. No están permitidos aquellos contenidos que infrinjan de cualquier forma los servicios de Twitch o la experiencia de otro usuario. Entre estas actividades se insertan algunas como:

- La publicación de grandes cantidades de mensajes repetitivos no solicitados o de denuncias de usuarios.
- Distribución de publicidad no autorizada.
- Propagación de *malware* o virus.
- *Phising*.

Desnudez, pornografía y otro contenido sexual. En Twitch se prohíbe todo tipo de contenido en el que se muestre personas desnudas o una conducta sexual explícita, como pornografía, relaciones sexuales o servicios para adultos (+18). Además de cualquier contenido que fomente las agresiones sexuales o amenace con cometerlas, que sería denunciado ante las autoridades pertinentes. La explotación de menores se denunciará también a las autoridades a través del Centro Nacional de Menores Desaparecidos y en Explotación (CNMDE) estadounidense (Twitch, 2021).

Violencia extrema, gore u otro contenido obsceno. Según el cual se prohíbe el contenido que se centre en violencia extrema sangrienta en exclusiva (Twitch, 2021).

Derechos de propiedad intelectual. En los canales de Twitch solo se puede compartir contenido propio o de tercero que haya sido autorizado para compartir. Cuando esto no se cumple el Creador puede verse involucrado en una infracción de los derechos de propiedad intelectual de otra persona. Cualquier contenido no autorizado que sea empleado en un canal puede ser retirado a petición titular de esos derechos, ya que no

solo incurre el Creador en una infracción con la plataforma. La empresa propiedad de Amazon estaría cometiendo una infracción de sus 'Términos del servicio y de las Directrices de la comunidad' y, por tanto, tomaría las medidas necesarias para paliar este problema (incluyendo una suspensión indefinida si se infringe esta directriz en reiteradas ocasiones).

Entre los tipos de contenido que no se pueden compartir en la página sin permiso de los propietarios del copyright está: el contenido de otros Creadores de Twitch, juegos pirateados, contenido de otros sitios web, películas, programas de televisión o competiciones deportivas y música que no es del *streamer* o que no tiene derecho a compartir.

Etiquetado del contenido. En la medida de lo posible, todos los directos deben estar etiquetados de forma correcta en función del contenido que se esté transmitiendo. De forma que está prohibido el uso incorrecto de "títulos, etiquetas, juegos, categorías u otros metadatos de forma deliberada o repetida" -dejando un poco de manga ancha a los Creadores- (Twitch, 2021).

En esa misma línea, cabe destacar que al final de este mismo apartado aparecen varias directrices adicionales sobre el contenido de los juegos. "Hacer trampas en juegos en línea, alfas o betas cerradas o versiones completas de juegos antes de la fecha oficial de lanzamiento y conductas fuera del servicio" (Twitch, 2021).

Pero sin duda, uno de los apartados en los que más ha destacado a lo largo de sus años de vida Twitch es el sistema de pagos sobre el que está cimentada la plataforma, el cual permite a los Creadores conseguir ingresos a través de distintas fuentes. En el caso de los *streamers* que pertenecen al programa de afiliados de Twitch, las opciones de monetizar el contenido que transmiten en directo son:

- Las suscripciones mensuales. Son la fuente de ingresos más estable. Los consumidores tienen dos opciones, pagar en función del dinero con el que quieran apoyar al creador (la de nivel uno son 4,99€/mes, la de nivel dos 9,99€/mes y la de nivel tres 24,99€/mes), o utilizar la suscripción mensual gratuita que se obtiene tras adquirir el Amazon Prime, denominada *Prime Gaming*, y que equivale a una básica.

- Los bits. Este artículo virtual se puede comprar para enviar *Cheers* a un creador en apoyo a su *streaming*. Esta palabra es conocida en todo el mundo ya que se utiliza al brindar en una ocasión especial, pudiendo ser utilizada también para expresar agradecimiento.
- Las donaciones. Suele ser habitual que los *streamers* tengan habilitada una opción para poder donarles dinero con el fin de que sus seguidores puedan apoyarles de una forma más directa.
- Jugando a un videojuego que tenga artículos a la venta en Twitch. Esta fuente permite obtener un 5% del total de las compras que proceden de un canal, pero generalmente es la vía menos utilizada.

Además, si el *streamer* ha pasado de formar parte del programa de afiliados a estar en el programa de socios, no solo tiene acceso a todas estas fuentes de ingresos, sino que también recibirá una parte del dinero generado por los anuncios publicitarios que hayan aparecido durante la retransmisión. Todas estas vías existen y están enmarcadas dentro de Twitch, pero también cabe la posibilidad de recibir patrocinios, y de participar en acciones publicitarias a raíz de colaboraciones externas a la plataforma (Movistar eSports, 2019).

El sistema de pagos desarrollado a lo largo de los años por la compañía americana ha sido pensado para que el creador reciba una recompensa económica por su trabajo, a la vez que la compañía obtiene otra parte por servir como medio en el cual ese canal puede desarrollar su *streaming* de manera cómoda. Pero, ¿cuánto paga Twitch a los creadores? No hay una única respuesta posible puesto que el porcentaje que recibe cada creador puede variar en función de su popularidad y su público dentro de la plataforma. Por lo general, Twitch obtiene la mitad del pago de cada suscripción. Es decir, si una persona adquiere una suscripción de nivel uno en España -4,99€-, la empresa ganaría 2,50€ y el creador obtendría los 2,50€ restantes. Sin embargo, los creadores de mayor renombre pueden tener condiciones especiales como socios. Algunos como Ibai Llanos han llegado a reconocer públicamente que reciben el 70% del total de cada suscripción (La Sexta, 2021), porcentaje que es probable que sea similar al de otros canales españoles que registren estadísticas de ese calibre.

### 3.5 Canales de Twitch España con mayor masa social

Los canales españoles que en la actualidad -segundo trimestre de 2021- albergan una comunidad de seguidores más grande son (TwitchTracker, 2021):

Posición	Creador	Seguidores en Twitch
1	Rubius	9.26 millones
2	Auronplay	8.84 millones
3	TheGrefg	7.47 millones
4	Ibai	6.29 millones
5	Alexby11	2.60 millones
6	IamCristinini	2.25 millones
7	Perxitaa	1.85 millones
8	Reborn_Live	1.60 millones
9	Ampeterby7	1.56 millones
10	Biyin_	1.53 millones

Llama la atención el hecho de que tan solo haya una mujer en este top, pero este no es un hecho aislado. Si extrapolamos el listado al ranking mundial de *streamers* con más seguidores en Twitch, hay que esperar hasta el sexto puesto para encontrar a una mujer. Ella es 'Pokimane', una joven de 24 años nacida en Marruecos y residente en Los Ángeles que cuenta con 7.66 millones de seguidores y se ha alzado como la máxima representante femenina en la plataforma (TwitchTracker, 2021). Las razones que hay detrás del predominio de los hombres en este sector están basadas en diversos factores. Por un lado, hay un factor educacional. A través de la educación se ha configurado durante muchos años que el mundo de los videojuegos era ‘algo de hombres’. Por otro, “está el innegable acoso que sufren las mujeres en las redes sociales, el cual se extiende al mundo de Twitch. Insultos sexistas, peticiones sexuales, la objetivación de su cuerpo...” son solo algunos de los comentarios a los que tienen que enfrentarse a diario (Informa UVA, 2020).

En un estudio realizado por la Universidad de Indiana en 2016, se analizaron 17 millones de mensajes enviados en cuatrocientos canales de Twitch, la mitad de hombres y la otra mitad de mujeres. En los resultados obtenidos (ilustración 7) se puede observar una gran cantidad de mensajes enviados hacia mujeres *streamers* en los que se



mencionaba su apariencia, se les trataba como un objeto sexual y se dudaba de sus capacidades como jugadoras por el simple hecho de ser mujer (Nakandala, Ciampaglia, Makoto y Ahn, 2016).

#### **4. INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS**

A continuación, se va a conocer la situación actual de la plataforma en términos periodísticos y comunicativos a través del análisis de diferentes canales. Por un lado, emergen cinco Creadores con muy buenas condiciones comunicativas: el humorista gráfico e ilustrador José Antonio Bernal (Bernalico), la influencer Laura Escanes (LauraEscanes), el cómico Angel Martín (angelmartin), la física Gemma Gallardo (Gemita) y el comunicador nacional más influyente en la actualidad Ibai Llanos (ibai).

Por otro lado, se sitúan los canales puramente periodísticos: el experto en política Emilio Doménech (Nanisimo), la divulgadora científica Rocío Vidal (GataSchrodinger) y la pareja deportiva de moda (drafteadosNBA).

A la hora de analizarlos se han seguido las mismas directrices para todos ellos, comenzando por la explicación de quién o quiénes están detrás del canal y cuál era su profesión antes de comenzar su aventura en Twitch. También se detalla cuál es la temática basal en torno a la que se asientan los contenidos y conocer el alcance real de cada creador dentro y fuera de la plataforma. Una vez hecho esto, tenía sentido seleccionar una emisión relativamente reciente de cada uno de ellos para desglosarla y analizarla más en profundidad. Para ello, ha sido necesaria una breve introducción inicial en la que he explicado los datos obtenidos del directo, tales como la duración, la audiencia media, el minuto de oro y el enlace directo. Además, durante el análisis se detallan mensajes del chat y capturas de pantalla complementarias a la explicación correspondiente que aparecen en el anexo.

En cuanto a la muestra seleccionada cabe destacar que también se ha intentado que fuera lo más próximo a la realidad posible. En la selección del número de hombres (5) y mujeres (3) creadores de contenido, ya que en los eSports todavía predominan los hombres, y en la selección de canales ostentados por comunicadores en general (5) y por periodistas (3), puesto que también hay un menor porcentaje de creadores periodistas.

## 4.1 Comunicadores

### A) Bernalico

Este canal pertenece a José Antonio Bernal (Zaragoza, 1979), un humorista gráfico y dibujante de cómics español que ha colaborado con el *Heraldo de Aragón*, el *Diario Equipo* y varias revistas de renombre a nivel nacional, como *El Jueves* y *Panenka*. Bernal, nombre con el que firma sus ilustraciones, también ha sido galardonado con varios premios significativos, siendo el «Autor Revelación» del Salón Internacional del cómic de Barcelona 2007 y el «Humorista del año» en el IX Festival del Humor de Zaragoza 2015 sus mayores logros. Además, el aragonés también ha trabajado como guionista para la productora Lobomedia en el programa *En el Fondo Norte*, de Aragón TV, y en la sección 'Aló Presidente' del programa *Aragón Deporte Zaragocista*, emitido en Aragón Radio (CARTV, 2021).

Bernalico decidió abrirse un canal de Twitch a principios de 2021 para compartir el proceso de creación por el que pasan sus viñetas y dibujos. "Empecé a notar que a la gente le encantaba verme dibujar en directo", explicaba en una entrevista concedida al *Heraldo de Aragón* a mediados de marzo. El maño hace directos a diario -exceptuando los sábados-, con un horario flexible que suele estar en torno a las tres horas de duración (desde las 12:30 hasta las 15:30 aproximadamente). Para él, lo mejor de Twitch es la posibilidad de formar una comunidad. Además, a través de la plataforma ha podido conocer otros muchos dibujantes e ilustradores que también dedican sus espacios al arte (Heraldo.es, 2021).

La temática, por tanto, en la que se fundamenta el contenido del canal de Bernalico es el arte, pero no falta el humor. Esto se ve reflejado a la perfección cuando un usuario se suscribe, momento en el que el creador baila una canción e insta al suscriptor a enviarle varias fotos vía Discord para realizar una caricatura y así incluirla en su sección de *El Jueves*. Además, no solo realiza directos desempeñando su trabajo como ilustrador, también ha dedicado algunos de sus *streamings* a jugar con amigos al popular *Gartic Phone* que tanto ha dado que hablar en la primera mitad de 2021. Este videojuego es una mezcla entre el clásico teléfono roto y el Pictionary. En él, cada uno de los jugadores piensa y escribe una frase de temática libre que posteriormente se reparte de forma aleatoria entre el resto de participantes. Después, cada uno debe de ilustrar

mediante un dibujo la frase que le ha tocado (en el tiempo estipulado) y así sucesivamente hasta que todos han dibujado o descrito cada una de las frases. Finalmente, se realiza una revisión general en la que se exponen todas las obras y se comprueba si la frase inicial se ha mantenido a lo largo de la partida o no. Este formato asegura diversión y risas tanto para los implicados como para los espectadores, y ha supuesto un soplo de aire fresco para el canal del aragonés.

Por otro lado, el alcance que ha logrado el zaragozano en sus primeros meses emitiendo en la página de Amazon ha sido valorado positivamente incluso por él mismo. A día de hoy, mayo de 2021, registra algo más de dos mil seguidores y ha conseguido más de 25.000 visualizaciones totales, situándose en el puesto cuatro mil del ranking de canales españoles (TwitchTracker, 2021).

Como ejemplo representativo del canal 'Bernalico', se ha seleccionado el directo del 24 de mayo de 2021, ['DIBUJANDO de lunes!'](#). En esta retransmisión de tres horas y ocho minutos de duración (12:36 - 15:44), hubo un promedio de 79 espectadores, con un pico máximo de 136 espectadores simultáneos a las 15:20. Además, durante el *streaming* Bernal obtuvo 35 seguidores nuevos y un total de 424 visitas (TwitchTracker, 2021).

La retransmisión comienza con una canción muy característica del canal (creada por él mismo) y una imagen de cabecera que indica, a través de un texto, que el directo está a punto de comenzar (ilustración 8). Este tipo de introducciones están muy extendidas entre todos los creadores de la plataforma, y sirve, principalmente, para que los seguidores de ese canal vayan entrando al directo mediante la notificación que reciben en sus dispositivos móviles. (00:00:00 - 05:00:00).

Durante los primeros instantes del directo el humorista gráfico charla e interactúa con la gente del chat, y cada vez que alguien se suscribe pone una canción que baila como símbolo de agradecimiento. Un ejemplo es la suscripción del usuario 'Tonacho', quien renovó sus votos por un mes más -como bien dice Bernalico-, y recibió unas palabras muy cariñosas del creador: *"muchas gracias Tonacho, gracias por depositar esa confianza en mí. Me ayudaste un montón al principio de Twitch cuando todo esto era nada, la nada. Así que muchas gracias por estar ahí Tonacho"* (ilustración 9). El comienzo de todos y cada uno de los streams es algo frenético, ya que el maño no para

de recibir donaciones de bits de la audiencia, pero, al fin y al cabo, ese maremágnum entra dentro de la normalidad de Twitch (00:06:00 - 00:23:00).

Una vez ha podido interactuar lo suficiente con el chat, Bernalico pasa al denominado 'Momento mis mierdas', introducido con una cabecera (ilustración 10). En esta parte del directo, el zaragozano cuenta intimidades del día a día con la intención de fomentar el sentimiento de pertenencia a una comunidad, tan valorado en Twitch. Aquel día, el cómico cuenta que el día anterior finalmente no le había tocado dormir en el sofá. Es una broma que hace con el chat. En el directo previo se había puesto a jugar al popular videojuego *Fall Guys* y había estado gritando de rabia y frustración por no poder ganar ninguna partida. Su mujer le echó la bronca después de terminar el directo ya que eran más de las diez de la noche y había estado armando mucho escándalo, advirtiéndole de que si volvía a jugar a esas horas al *Fall Guys* no dormiría en el sofá, sino que se iría directamente por la puerta de casa. También durante esta sección recibe un *raid* de 26 personas de otra compañera de su gremio, 'paulaviles', lo que le hace conseguir varios seguidores nuevos en su comunidad.

Esto es un término propio de Twitch que hace referencia al momento en el que un *streamer* envía sus espectadores a otro canal en vivo justo antes de terminar su directo para que la audiencia vea un nuevo canal. De esta forma se promueve el crecimiento de otros creadores y de su comunidad (Twitch, 2021). Y, finalmente, tras la realización de una encuesta entre los usuarios del chat para decidir qué canción tenía que cantar y bailar Bernal en el directo, la opción ganadora fue Cachete, pechito y ombligo del grupo Pancho y La Sonora Colorada. (00:24:00 - 00:38:00).

Una vez acabado el apartado 'Momento mis mierdas', el aragonés explica cuáles son algunos de los proyectos en los que está inmerso, como el cómic de Goya, que está preparando y que saldrá a finales del año 2021 o las ilustraciones de la obra 'Juan sin móvil', un libro que narra la historia de un niño de diez años que sobrevive sin móvil. Por este motivo, quiere meterle caña a una serie de dibujos que lleva varios directos realizando y que posteriormente, sorteará entre todos sus suscriptores en forma de cartas canjeables. Muchos de estos son caricaturas del mismo creador dibujando con los ojos tapados, hablando modo baturro con acento aragonés o jugando al *Fall Guys*. En caso de que alguien canjease estas cartas durante una retransmisión, Bernalico tendría que dejar de lado por un momento el resto de cosas y hacer lo que corresponda.

Entretanto, mientras continúa pintando los emoticonos también hace algunas acciones que le piden quienes participan en su chat mediante bits, como el pino puente o el baile del pollo, todo por sacarle una sonrisa a su público (ilustración 11). En esta parte del directo llega otra *raid* por parte del creador 'joselozanorey' (ilustración 12), quien envió 96 personas de su canal directamente al de Bernal (00:39:00 - 02:55:00).

Hacia los últimos minutos del directo, Bernalico canta la canción 'Cachete, pechito y ombligo' seleccionada previamente por los usuarios del chat a través de una encuesta (ilustración 13). Esta es una parte que se suele repetir en los directos del maño ya que cada directo en el que sus seguidores consiguen sacar 'el Tren del *Hype*', con sus donaciones y suscripciones, Bernal interpreta a su estilo una canción antes de concluir el *streaming*. En cuanto al Tren del Hype de Twitch, cabe destacar que es un contador que se activa cuando se suscriben varias personas o hay varias donaciones de distintos usuarios en un período de tiempo corto en un canal. Desde que este empieza, todos los espectadores pueden contribuir a llenar los niveles de Hype del medidor usando Bits, suscribiéndose con o sin Prime y regalando suscripciones.

Por último, antes de terminar la sesión decide hacer una *raid* para apoyar a otro canal emergente, StipMarvelTV, que cuenta ya con más de 60.000 seguidores en Twitch (02:56:00 - 03:07:00).

## **B) LauraEscanes**

Este canal pertenece a Laura Escanes Espinosa (Barcelona, 1996), una joven modelo e influencer reconocida a nivel nacional por haber colaborado con la marca de joyas Majorica y por haber desfilado en la semana de la moda catalana del 2016, más conocida como 080 Barcelona Fashion Week. De igual forma, la barcelonesa también participó ese mismo año en la New York Fashion Week, siendo ambas apariciones de la mano del reconocido diseñador Custo Dalmau. En 2015 Laura inició la carrera universitaria de Periodismo, pero poco después la abandonó porque no pudo compaginar todos sus quehaceres. Actualmente la joven ha retomado sus estudios. Desde 2018 está estudiando el grado en Comunicación (a distancia), en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Este interés por la comunicación y las letras no es pura casualidad, ya que la catalana siempre ha reconocido que leer y escribir son dos de sus pasiones. En 2018 lo demostró una vez más con el lanzamiento de su primer libro de poemas «Piel de Letra», con el que se estrenaba como escritora (Wikipedia, 2021).

Sin embargo, si hay algo por lo que realmente sobresale Laura Escanes es por su popularidad en redes sociales. En Instagram ya congrega a más de un millón y medio de seguidores, mientras que en su canal de Twitch (creado en septiembre de 2020), está construyendo una comunidad muy especial para ella en la que ya supera los 84.500 seguidores (TwitchTracker, 2021).

Su canal de Twitch contiene una temática muy variada ya que no solo se dedica a jugar a videojuegos. A lo largo de sus primeros meses en la plataforma Laura ha generado contenidos de: salud y belleza, con la realización de un consultorio en el que desvelaba muchos de sus secretos y los productos que más utiliza en su día a día junto a una experta; literario, mediante un club de lectura semanal en el cual participaba junto a otra creadora de contenidos amiga suya (Gemita); de moda, abriendo paquetes de ropa que ella misma había pedido para enseñarla o comprando ropa en directo vía online; de baile, mostrando una de las clases a las que ella acude con regularidad y como no podía ser menos, de videojuegos. La serie más importante y potente de su canal hasta ahora ha sido Marbella Vice, un servidor de *GTA V roleplay*, creado por Ibai Llanos, por el que han pasado algunos de los creadores más destacados de la plataforma y que ha sido todo un éxito.

En este caso la emisión seleccionada ha sido la del 30 de mayo de 2021, [ENTREVISTA A JAVIER CASTILLO - #CLUB DE LECTURA](#), en la que Laura Escanes y su compañera de plataforma Gemita invitaron al club de lectura al autor de la obra que habían estado leyendo y comentando en sus directos semanalmente: *El juego del alma* de Javier Castillo. El *stream* duró dos horas y media y consiguió acumular una media de 530 espectadores, alcanzando los 681 usuarios en el minuto treinta y seis. Asimismo, la joven barcelonesa sumó 199 nuevos seguidores a los más de ochenta mil que ya tenía en ese mismo momento.

Los primeros minutos de la retransmisión son copados por una imagen de cabecera en la que se lee el texto: "empezamos en breves", junto a una etiqueta con el nombre de la creadora y una ligera música de fondo (ilustración 14). El objetivo de esto no es otro que la gente se vaya conectando poco a poco hasta que la creadora se prepare para poner su cámara y empezar a hablar con el chat (00:00:00 - 00:08:00).

Durante la primera parte del directo, Laura no deja de agradecer las diferentes suscripciones que le llegan al canal. "*Muchísimas gracias Aitana de la Fuente por este*

*Prime de verdad, qué ilusión. Os estáis re suscribiendo muchos y renovando subs, que bonitos sois, os como. Muchas, muchas gracias*", dice emocionada (ilustración 15). Además, la creadora comenta que le apetece mucho hacer la entrevista al escritor Javier Castillo. *"Ya sabéis que es un contenido muy distinto a lo que suele haber por Twitch y a lo que suelo hacer yo. Entre todos estamos creando esta comunidad de lectura para que todos tengamos más ganas de leer (...) es un contenido más que necesario. Está muy bien que juguemos pero también está muy bien leer y promover la lectura entre todos y que nos animemos unos a otros. Sé que es un contenido que no tiene tantos viewers como otros pero a mí me encanta"*. La catalana refleja a la perfección su pasión por la literatura y transmite un enorme entusiasmo hablando acerca de lo que va a ser el directo. De la misma forma, continúa agradeciendo más suscripciones a seguidores como VeroHachi90: *"Vero bonita, un besito muy fuerte y muchas muchas gracias por estos dos mesecitos con prime. Te lo agradezco muchísimo, muchísimo, muchísimo, de verdad. Me vais a emocionar... que decidáis pasar tiempo conmigo me hace muy feliz"* (ilustración 16). Y justo sobre la media hora de directo se cumplen las cinco y media de la tarde, momento en el cual había quedado con Gemita y Javier Castillo (00:09:00 - 00:29:00).

Nada más crear la llamada se une el escritor y seguidamente Gema. Ambas *streamers* le agradecen su presencia y su predisposición desde el primer momento a charlar en directo sobre su libro y él les agradece la iniciativa tan bonita y necesaria que han tenido con la lectura. A partir de ese momento comienzan a charlar de forma distendida los tres en una especie de entrevista en la que el contenido principal recae sobre la obra *El juego del alma* (ilustración 17). Además, antes de terminar la entrevista, Javier Castillo lanza una pregunta al aire que tendrá que responder el autor del siguiente libro que Gema y Laura lean en su club de lectura. En este caso la pregunta va dirigida a Risto Mejide y él, cuando haga su entrevista deberá hacer lo mismo con el siguiente invitado. Por último, pero no menos importante, la catalana le propone al escritor que cuente cuál es la última obra que se ha leído o que comente una novela que él recomienda leer encarecidamente a los espectadores. Nada más responder el andaluz, Gema y Laura le vuelven a agradecer una vez más su presencia en el directo y se despiden amistosamente, cortando la llamada con él (00:30:00 - 02:15:00).

Tras la despedida Gema y Laura se quedan en la videollamada decidiendo las páginas que van a leer para el siguiente directo del club de lectura (ilustración 18), en el que



pensaron hablar del libro de Risto Mejide, el marido de Laura, *El Chisme*. (02:16:00 - 02:21:00).

Una vez colgada la llamada entre ambas creadoras, Laura se muestra super agradecida con todos los que le han apoyado durante el directo y se despide de sus seguidores hasta el siguiente *stream* con una imagen que indica esto mismo (ilustración 19) y que siempre pone al término de sus retransmisiones (02:22:00 - 02:27:14).

### **C) AngelMartin**

Este canal pertenece a Ángel Martín Gómez (Barcelona, 1977), un cómico, guionista, actor, músico, presentador español y desde finales de 2020, creador de contenido en Twitch. Su salto a la fama llegó de la mano del programa de La Sexta *Sé lo que hicisteis...*, en el que participó durante cinco años seguidos, pero antes de eso, el catalán ya había formado parte de otros proyectos como *El Club de la Comedia* en Antena 3. Además ha recibido numerosas distinciones a lo largo de su carrera, destacando el premio a Hombre del año de *Men's Health* en 2007 -en la sección de comunicación-, el Premio Iris como 'Mejor presentador de programas de entretenimiento' (2006), los dos TP de Oro consecutivos en 2007 y 2008 a 'Mejor presentador de programas de variedades y espectáculo' o el Premio de Internet 'Marca Personal en Redes Sociales 2021' en la categoría de comunicadores (Wikipedia, 2021).

Por otra parte, el éxito que está cosechando Ángel Martín en su paso por la web de directos de Amazon no se puede explicar sin mencionar el 'Informativo Matinal para ahorrar tiempo' que realiza de lunes a viernes en su cuenta de Twitter. Esta idea surgió por casualidad durante la pandemia del coronavirus y su propósito no es otro que el de informar a los usuarios de Twitter con un breve vídeo de dos minutos en el que el cómico hace un repaso a las noticias más destacadas del día. El noticiario ha ganado tanta popularidad que a día de hoy, el presentador ya cuenta con más de 750.000 seguidores en esta red social, números que ha sabido aprovechar embarcándose en un nuevo proyecto en la plataforma de directos.

Sabiendo esto es mucho más fácil explicar la temática sobre la que se asientan sus *streams*, teniendo la mayoría de ellos finales divulgativos que se combinan con el entretenimiento. El punto fuerte del canal recae en 'Las mañanas de AM', un espacio de unas dos horas de duración en el que el catalán normalmente invita a una persona

reconocida dentro de su sector con el fin de acercar al público conocimientos muy diversos. Por otra parte, cada miércoles dedica una parte del directo a la grabación de 'Misterios Cotidianos' con José Lozano Rey, un podcast cuyo cometido no es otro que el de resolver pequeños enigmas del día a día. Asimismo, aunque no se puede considerar un canal de *gaming*, a veces también prueba diferentes videojuegos que le recomiendan sus seguidores o que a él le apetece probar.

Con respecto al alcance que ha logrado el Creador en sus primeros meses en Twitch, destaca su número de seguidores, más de 125.000. Para conocer un poco más el tipo de contenido que hace en la plataforma el catalán se va a analizar en profundidad uno de sus directos. Como ejemplo representativo de este canal se va a analizar el directo del día 11 de mayo de 2021, ['las mañanas de AM | con Miriam Rodríguez'](#). El *stream* tuvo una duración de una hora y cuarenta minutos (9:54 - 11:35), tiempo en el que hubo un promedio de 1.060 espectadores, llegando a un pico máximo de 1.313 a las 11:10 de la mañana. Asimismo, destaca el número de visitas totales a lo largo de todo el directo, 3.051, entre las cuales hubo 90 nuevos seguidores. Este directo está en la media tanto en el número promedio de espectadores (1.038) como en los seguidores a la hora (91,1) del canal, y, por tanto, me ha parecido que era una gran oportunidad de conocer el trabajo de Ángel Martín en Twitch (TwitchTracker, 2021).

El *stream* del cómico comienza siempre con música y un rótulo que indica que el directo va a empezar en los próximos minutos (ilustración 20). Esto es algo muy extendido entre todos los *streamers* y se utiliza básicamente, para que los seguidores del canal vayan entrando al directo mediante la notificación que reciben en sus dispositivos móviles (00:00:00 - 00:05:00).

Una vez iniciado el directo, Ángel comienza a charlar con el chat mientras se toma un café (ilustración 21). Comenta que ha descubierto nuevas funciones del programa *Stream Deck* que le facilitan algunos aspectos del directo y agradece a todos los nuevos suscriptores su apoyo. También comenta a los espectadores que a lo largo de la retransmisión tiene la oportunidad de charlar con la cantante y ex concursante de Operación Triunfo Miriam Rodríguez, y reacciona a los tráilers de una películas (ilustración 22) y un videojuego que estaban a punto de salir al mercado (00:06:00 - 00:39:00).

Después de todo esto, inicia la llamada con Miriam y charla amistosamente con ella (ilustración 23). Durante todo este tiempo, el presentador catalán introduce temas relacionados con la carrera de la gallega y le pregunta curiosidades sobre su método de trabajo, lo que hay detrás de su último álbum, lo que siente antes de salir a actuar en un concierto... etcétera (00:40:00 - 01:36:00).

Una vez finalizada la distendida conversación con la joven cantante, Ángel comparte las redes sociales de su invitada y convida a todos sus espectadores a escuchar sus canciones, terminando el directo con una imagen final en la que se leen (ilustración 24): su nombre e Instagram, el nombre de su último seguidor, del último suscriptor, de la persona que ha realizado la última donación al *stream* y del último usuario que le ha enviado bits (01:39:00).

#### **D) Gemita**

Joven valenciana de 25 años licenciada en Física por la Universidad de Valencia y profesora de clases particulares. Esa era Gemma Gallardo hasta el día 8 de marzo de 2021, día en el que retransmitió por primera vez en la plataforma propiedad de Amazon. Gemma decidió seguir los pasos de su actual pareja y creador de contenidos David Cánovas Castillo, más conocido como 'TheGrefg' (González, 2021). Gemma fue apareciendo de manera esporádica en las publicaciones de su novio en redes sociales, hasta que un día fue presentada de manera 'oficial' por él mismo, como su pareja. La comunidad del murciano acogió muy bien a la joven y los seguidores no tardaron en pedirle a 'Grefg' que saliera en los directos con él. A partir de ahí, pasó a ser conocida para todo el público como 'Gemita', y se convirtió en toda una *influencer*, concentrando más de medio millón de seguidores en su perfil de Instagram.

Desde entonces, la valenciana no ha dejado de trabajar en lo que ella misma reconoció como el debut soñado. En el primer directo en su canal de Twitch, fechado en el 8 de marzo de 2021, consiguió unas cifras de un mérito incalculable. Más de 77.000 espectadores de media con un pico máximo de 114.412 personas, además de 122.500 seguidores nuevos. Y todo en un total de dos horas y cuarenta y tres minutos, convirtiéndose en uno de los debuts más exitosos de la historia de la plataforma propiedad de Amazon (TwitchTracker, 2021). Coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer, Gemma reivindicaba el papel femenino de las creadoras de contenido surgiendo como una de las futuras comunicadoras potencialmente más importantes

dentro de Twitch. Atrás quedaron sus primeros pasos en internet en los que muchos le tildaron por ser 'la novia de', dando un golpe encima de la mesa -virtual- que le ha llevado a ser conocida única y exclusivamente por su nombre real.

En cuanto a la temática que concentra el canal de la valenciana, cabe destacar que existe una amplio abanico de directos en su repertorio. Los videojuegos como *Valorant* y *GTA V roleplay* y las charlas o reacciones a vídeos han tenido en los últimos meses un peso destacado en sus retransmisiones. También iniciativas como la creación de un Club de Lectura, con Laura Escanes, la unión de las mujeres *streamers* más populares de la web para charlar y jugar juntas a *Among Us* o *Gartic Phone* (entre otros), su tratamiento de temas tabú, causas benéficas y promociona el deporte y la salud, mostrando clases de pádel en directo. Todo esto, sumado a la naturalidad que desprende y su imborrable sonrisa, han llevado a Gemma a convertirse en todo un icono de Twitch a nivel social.

Por otro lado, si bien es cierto que la expectación generada por su primer *streaming* fue algo histórico, las cifras de espectadores logradas eran muy difíciles de mantener. En abril de 2021 Gemma ya había superado el millón de seguidores, y, a junio de 2021, ostenta una media de prácticamente 5.770 personas que habitualmente ven sus emisiones y más de 2.000 suscriptores totales. Así, como ejemplo representativo del canal 'Gemita', se va a analizar el directo del día 9 de mayo de 2021, [CLUB DE LECTURA: Desenlace del juego del alma](#), el cual tuvo una duración de tres horas y veintiséis minutos, congregó a unas 32.000 personas y sirvió para que la creadora obtuviera 1.573 nuevos seguidores (TwitchTracker). El contenido estuvo centrado en uno de los episodios del club de lectura que comparte con su amiga y compañera Laura Escanes y concretamente, sirvió para conocer el desenlace final de la obra de Javier Castillo *El juego del alma*.

Los primeros minutos del directo, Gemma aparece en una imagen (ilustración 25) en la que se puede observar un dibujo de ella practicando snowboarding, su deporte favorito, acompañada de una música de fondo. En esa especie de cabecera se lee el texto: "*stream is starting*" en grande y la frase: "*Bajo la última pista y empezamos*" en un tamaño algo más reducido. Además, en la parte superior izquierda hay una marca de agua en la que se aprecian los nombres de usuario que la joven tiene en sus perfiles de Twitter e Instagram -gema327 y gemita327 respectivamente-. (00:00:00 - 00:11:00)

Una vez que la creadora activa su cámara y quita el encabezado se pone a charlar con el chat de manera cariñosa y agradece todas las suscripciones que van sucediéndose. Cada usuario que renueva su suscripción por un mes más recibe un mensaje afectuoso de la valenciana. Un ejemplo es la re suscripción del seguidor 'HecThorV' (ilustración 26), a quien Gemma le dice: "*Grande Héctor, ¡el gran Héctor acaba de renovar tres meses! go go go muchísimas gracias. Héctor mañana le damos al Five Nights at Freddy's, te mando un besito. De corazón, muchísimas gracias*". (00:12:00 - 00:29:00).

Tras esta pequeña introducción inicial, la creadora recibe la llamada de Laura Escanes para seguir con un nuevo episodio del club de lectura. Para ello, primero se saludan y charlan intercambiando sus impresiones del final de la obra. Asimismo, Gemita cuenta una anécdota muy reconfortante que le había pasado en los últimos días. Se trata del encuentro fortuito con uno de sus fans por la calle. Álex, nombre del seguidor, paró a Gemita para agradecerle el esfuerzo que había hecho con Laura para que el club de lectura saliera adelante. Él no es un lector habitual, pero gracias a ellas se ha leído el libro de Javier Castillo y le ha fascinado. También los padres del joven, presentes durante la conversación, le contaron cómo su hijo había comenzado a leer e incluso les había pedido más libros para seguir con la lectura. "*Solo por eso ya es misión conseguida*", dice Laura Escanes ilusionada. También Gemma muestra a su público una foto que le mandó a Laura (ilustración 27) cuando estaba leyendo el último capítulo de la obra llorando emocionada en una mezcla de sentimientos (00:30:00 - 00:42:00).

Una vez contada la anécdota anterior, empiezan con el club de lectura. Primero hacen un repaso general de los últimos acontecimientos que habían sucedido en la historia (ilustración 28). Después se adentran en el primer capítulo de los que habían leído esa semana, el treinta y nueve. Gemma es quien toma la palabra y explica qué había pasado y qué le había parecido a ella. A los pocos minutos del comienzo de este apartado y por problemas técnicos de Laura Escanes, la barcelonesa tiene que cerrar su directo y hacer un *raid* al canal de Gemita para que todos aquellos usuarios que estaban en su retransmisión siguiendo el club de lectura puedan seguir haciéndolo desde el perfil de Gemma. Entretanto, Laura abre una pestaña en su ordenador para poder leer el chat de la valenciana y seguir interactuando con el público de igual manera. Después de eso, sigue Laura con el capítulo cuarenta, Gemma con el cuarenta y uno y así sucesivamente hasta el epílogo final. Ambas intercambian impresiones y comentan cuál era su pensamiento conforme iban pasando las páginas (00:50:00 - 02:35:00).

Terminado ya el libro, las dos creadoras deciden ponerse a leer el chat para conocer qué sensaciones les había dejado a sus seguidores *El juego del alma* (ilustración 29). Prácticamente todas las opiniones y mensajes son positivos y las dos se sienten satisfechas de haber podido llevar a cabo esta nueva aventura, pero esto solo es el principio. Así pues, anuncian cuáles van a ser las dos siguientes obras que van a leer en el club: *El Chisme*, de Risto Mejide, y *El arte de engañar al karma*, de Elísabet Benavent. La decisión acerca de qué libro va a ser el segundo dentro del club va a estar en las manos de la audiencia, ya que ambas tenían pensado realizar sendas encuestas en sus perfiles de instagram como forma de interactuar con su público. Quieren dejarlo ya todo decidido para principios de semana y que así puedan ir comprando el libro que resulte como ganador todos los fans que quieran leerlo y sumarse al proyecto. Asimismo, Gemma y Laura cuentan que van a elaborar una lista con todas las preguntas que los espectadores quieran hacerle el próximo día a Javier Castillo para incluir algunas en la entrevista. Con esto fomentan la participación e implicación de todas las personas desde casa de una manera diferente, ya que por razones obvias, en ningún caso podrían sumarse toda la gente del chat a la llamada con el escritor para hacerles las preguntas personalmente. Una vez aclarado todo esto, las dos amigas se despiden y acuerdan una conversación el día siguiente (02:36:00 - 03:00:00).

Posteriormente, y una vez finalizada la llamada, la valenciana se vuelve a quedar sola en su directo y agradece todas las suscripciones que no había podido mirar mientras estaba charlando con Laura. Le alegra mucho la acogida que ha tenido la iniciativa y está muy contenta de que tanta gente se haya implicado de manera activa. Cuenta que para ella los domingos ya no van a ser iguales nunca más porque siempre van a recordarle a este club. También comenta que su intención para los siguientes episodios es contactar con dos o tres suscriptores del canal que se hayan leído la obra. Los quiere introducir en la retransmisión e intercambiar sus puntos de vista. Además, recuerda la existencia de dos sorteos activos en su canal. El primero es un sorteo de cinco libros de Risto o Elísabet firmados y dedicados. El segundo, es el de una raqueta de tenis en colaboración con la marca Babolat. Justo antes de cerrar directo y cuando ya se estaba despidiendo, recuerda que había recibido un regalo en un paquete de una seguidora y decide abrirlo antes de terminar. Cuando lo abre descubre que era un funko pop -o muñeco de vinilo- del personaje de ficción Harry Potter del cual es muy fan (ilustración 30). Una vez dadas las gracias, la *streamer* se despide y cierra el directo, no sin antes

hacer una *raid* a un creador que tan solo tenía 32 espectadores: 'paulsthin' (03:01:00 - 03:26:22).

### **E) Ibai**

Ibai Llanos Garatea es un joven bilbaíno de 26 años que ha revolucionado internet en los últimos años. Todo comenzó en el año 2014, momento en el que él y su amigo de la infancia Ander Cortés decidieron probar suerte en un casting de la Liga de Videojuegos Profesional en el que buscaban comentaristas del *League of Legends*. Tras pasar la prueba inicial y recibir la llamada de la compañía, ambos comenzaron a trabajar mano a mano narrando las diferentes competiciones que se iban sucediendo sobre este popular videojuego. Primero fueron campeonatos nacionales, en los que ya destacaba Ibai por encima del resto de sus compañeros; después europeos, los cuales le permitieron darse a conocer en comunidades mucho más grandes; y finalmente, el vasco recibió la oportunidad de ser el presentador oficial del Mundial de *League of Legends* de 2019 durante los cuartos de final y las semifinales del torneo. Esto fue posible gracias a que la sede seleccionada para acoger estas dos fases del torneo fue Madrid. De esta forma, Ibai Llanos se convirtió en el primer español en ser el *host* en unos mundiales (Queiruga, 2020).

La fama que estaba adquiriendo Ibai fue tal, que durante esos mismos *Worlds* de finales de 2019, recibió una oferta por parte de Carlos "Ocelote" Rodríguez -fundador y CEO de G2 eSports- para formar parte del equipo como creador de contenidos. A partir de ahí, el vasco se desligó de la Liga de Videojuegos Profesional y concentró todos sus esfuerzos en los directos y en Twitch. Durante todo el pasado año sus números no paraban de crecer, hasta el punto de llegar a conseguir ser elegido como el mejor *streamer* del mundo en 2020, premio entregado en la gala de los Esports Awards.

Actualmente, Ibai Llanos es una de las figuras más reconocidas a nivel nacional e internacional en la industria de los eSports y es la cara visible de Twitch España, construyendo una visión vanguardista de cómo entender la plataforma. Entre sus directos más célebres destacan las cuatro ediciones de "*El Ibainéfico*", un directo solidario anual en el que todo el dinero recaudado va destinado íntegramente a causas benéficas, y que ha alcanzado más de 400.000 dólares en los cuatro años que se lleva realizando. También "*Las Campanadas con Ibai*", trasladando el formato televisivo de fin de año a la plataforma de Amazon y congregando a más de medio millón de

personas durante el minuto de oro. Otro de sus eventos más seguidos son "*Ibai Dates*", un programa de citas clásico al estilo del conocido *First Dates* español y "*La velada del año*", un evento deportivo en el que se ofrecieron tres combates de boxeo entre diferentes creadores de contenido que se estuvieron preparando durante meses para la pelea en abierto. Sin embargo, la temática que concentra el canal de Ibai es imposible de definir. La diversidad y multiplicidad de retransmisiones del bilbaíno son sorprendentes, ya que ha llegado a hacer absolutamente de todo -y promete continuar haciéndolo por mucho más tiempo-.

Como ejemplo representativo de su canal se va a analizar el *streaming* del día 26 de mayo de 2021 dado su impacto. Los números no engañan y esta emisión es, hasta el momento, la que ha obtenido la media de espectadores más alta de la historia de la plataforma con 1.087.208 personas. Pero [EL COMBATE DEL AÑO #LAVELADADELAÑO](#) no solo destaca por eso, sino que en las cuatro horas y media que duró aproximadamente el directo, el canal del vasco obtuvo más de ciento diez mil nuevos seguidores, un pico máximo de más de un millón y medio de personas y casi seis millones y medio de espectadores totales durante la retransmisión, situándose como el segundo *streaming* con un mayor número de concurrentes simultáneos. En él participaron como narradores Ibai Llanos, Ander Cortés y Jaime Ugarte -la voz del boxeo en España-. Además, la producción y la realización del evento tuvo un nivel altísimo, gracias, en parte, a todos los patrocinadores que quisieron participar en el proyecto: El Pozo, Vodafone, Everlast, JD Sports y Mahou. (Twitch Tracker, 2021).

Los primeros minutos del directo, hubo un cartel que indicaba que la velada de boxeo estaba a punto de comenzar acompañado de una música de fondo (ilustración 31). Esto, como ya hemos podido ver, se hace en prácticamente todas las emisiones de la plataforma y sirve para que la gente pueda ir uniéndose al directo. En este caso concreto, en los primeros tres minutos había más de trescientas mil personas esperando (00:00:00 - 00:09:00).

Nada más comenzar, conectaron en directo con Paula Gonu, Spursito y Werlyb, tres influencers invitados al evento que se encargaron de llevar a cabo la presentación (ilustración 32). Durante la primera hora y media hubo una alfombra roja por la que iban desfilando los invitados al evento -todos y cada uno de ellos siendo negativo en una prueba de antígenos realizada en la entrada a la Sala Apolo-. Allí, BarbeQ



entrevistaba a todos y cada uno de los influencers y les preguntaba sobre sus impresiones sobre los combates (ilustración 33). Entretanto, los tres presentadores intercalaban sus comentarios acerca de los *outfits* de los invitados y comentaban algunos aspectos importantes de la velada (00:10:00 - 01:25:00)

Una vez que los cincuenta creadores de contenido, deportistas, cantantes y demás personalidades entraron a la sala, se despidió la conexión con Paula, Spursito y Werlyb para hacer una breve pausa de diez minutos y comenzar con el 'show' que había preparado. Para ello había un cartel con todo el evento dividido por horas (ilustración 34) y un contador del tiempo que faltaba hasta el primer combate (01:26:00 - 01:36:00).

Antes de la primera pelea de la noche entre Future y Torete, hubo una pequeña actuación musical a cargo del rapero Blon de unos diez minutos de duración (ilustración 35). Y, una vez terminada, se dio paso a la primera lucha. Cada uno de los púgiles hizo su entrada correspondiente con música y fuegos artificiales y la *host*, Queen Mary, hizo las presentaciones de ambos. El vencedor de este combate fue Cristian Vidal, más conocido como Torete, por K.O. técnico en el segundo asalto (ilustración 36).

Posteriormente, mientras se ultimaban los preparativos para el combate se hicieron algunas entrevistas a los invitados de la velada y hubo otra actuación musical previa al segundo combate (ilustración 37). Esta vez estuvo a cargo de Rojuu y tuvo una duración muy similar a la de Blon -unos 10-15 minutos- (ilustración 38). Así pues, una vez más se hicieron las entradas protocolarias y se pasó a la acción entre Mr. Jagger y ByViruzz. Esta vez la pelea no terminó antes de tiempo, sino que se decidió por puntos. Mr. Jagger resultó como ganador y los invitados allí presentes aclamaron al madrileño (ilustración 39).

Y por último, llegó la fase decisiva de la retransmisión. Piezas fue el cantante que hizo los honores con su actuación musical y Reven y Elmillor fueron los dos contendientes de la lucha estelar (ilustración 40). Reven partía como el favorito del público ya que es uno de los mejores amigos de Ibai y vive con él, pero la lucha se sabía que iba a ser muy disputada en todo momento. Al igual que en el anterior combate, la decisión final estuvo en manos de los jueces y sus puntos, quienes declararon vencedor por unanimidad al gran favorito Antonio Pino (ilustración 41), más conocido como Reven (01:37:00 - 04:31:00).

Los últimos dos minutos terminan con una imagen en la que se pueden ver los iconos de todas las empresas involucradas en el directo (ilustración 42) acompañados con una música de fondo (04:32:00 - 04:33:51).

## 4.2 Periodistas

### A) Nanisimo

Emilio Doménech (Alcoy, 1990), más conocido como Nanísimo en sus redes sociales, es un periodista español -residente en Nueva York- especializado en política estadounidense. El valenciano comenzó los estudios superiores de Ingeniería Aeronáutica, pero, poco después, decidió dejarlo para empezar la carrera de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid atraído por la constante renovación de la información. En 2016, Doménech viajó a Estados Unidos para realizar un máster en la Universidad de Boston y, cautivado por la vida cultural americana, decidió quedarse a vivir en el Estado de Nueva York (Merillas, 2020).

A lo largo de su carrera periodística ha escrito para diferentes medios de comunicación (Cinéfagos, Revista ICON, *The New York Times Style Magazine Spain*, etc.), y también ha trabajado en formatos audiovisuales para YouTube con su canal personal, Emilio Doménech, o en colaboración con el de El País, en el cual ostentaba una sección semanal denominada Youtuberland en la que informaba sobre los principales temas de actualidad y política con vídeos muy cortos y dinámicos. En 2019 fue contratado por *Newtral* como corresponsal para cubrir las elecciones presidenciales de Estados Unidos de 2020 y poco después, pasó a formar parte del equipo de Antonio García Ferreras en La Sexta. En la cadena de *Atresmedia* su papel fue igualmente el de informar sobre la última hora de los comicios presidenciales y analizar la situación diariamente, consiguiendo deslumbrar a la audiencia del programa con sus amplios conocimientos (Carrillo, 2020).

Así fue como consiguió ganar muchos nuevos seguidores en su perfil de Twitter, concretamente más de 30.000 en tan solo cuatro días y decidió emprender una nueva aventura en la plataforma de Amazon en la que lleva trabajando desde mayo de 2020 (Carrillo, 2020). En ella realiza directos de aproximadamente una hora de duración informando y charlando sobre: política, principalmente estadounidense pero también

internacional; cultura, destacando el cine por encima del resto; y tecnología, la tercera de sus pasiones. Además, todos los miércoles dedica su *streaming* a hacer un noticiero, en el cual informa sobre diferentes aspectos relacionados con la actualidad, y los viernes son 'los viernes cinéfilos', un clásico del canal. Por otro lado, el alcance que ostenta Nanísimo no es tan significativo como el de otros creadores mencionados, pero tiene una comunidad muy respetuosa y cariñosa que hacen de sus directos un lugar (virtual) entrañable en el que poder adentrarse. Su naturalidad frente a la cámara, su sencillez y su cercanía acompañadas de un humor inteligente hacen único a su canal, que ya cuenta con más de 23.000 seguidores y un total de 164.000 visualizaciones (TwitchTracker, 2021).

Como ejemplo representativo de su canal se va a analizar el *streaming* del 02 de junio de 2021: [Noticiero: las acciones de AMC y la tensión en Israel](#). En él hubo una media de 264 espectadores con un pico máximo de 323 personas, además de 15 nuevos seguidores del canal. El directo tuvo una duración exacta de 58 minutos y fue el tercero y último de esa semana (TwitchTracker, 2021).

Para comenzar la retransmisión, Doménech utiliza una imagen de espera en la que se puede ver una cuenta atrás de cuatro minutos y medio acompañada de una música de fondo (ilustración 43). Mientras tanto, se van uniendo los primeros espectadores y saludan al valenciano en el chat (00:00:00 - 00:05:00).

Nada más empezar, Nanísimo da la bienvenida a todos a su canal y dos de sus seguidores renuevan su suscripción mensual. El periodista le agradece a 'Zeloran\_de\_ishar\_2' que lleve ya más de un año suscrito y a continuación se dispone a comentar cuales son los tres titulares sobre los que va a hablar en el directo (ilustración 44). El primero de ellos es qué está pasando con las acciones de AMC, el cual ya comentó en algún que otro *streaming* anterior; el segundo es qué está pasando en Israel, donde se está a punto de llegar a la fecha límite que tiene la oposición de Netanyahu para echarle del Gobierno; y por último, lo que ha pasado en el ártico. Esto está relacionado con una decisión importante que ha tomado la Administración Biden recientemente relacionada con la explotación de petróleo y gas natural de la que se pueden extraer conclusiones que nos lleven a pensar que el presidente americano no está tan a favor de la lucha contra el cambio climático como podría parecer en un primer momento. También durante estos primeros instantes del directo, Doménech pide a todos

los espectadores que le den un segundo para poner las imágenes que quería haber tenido preparadas para ir introduciendo a medida que trata cada tema y lo hace en escasos segundos (00:06:00 - 00:08:00).

Una vez todo preparado, el de Alcoy se dispone a empezar a explicar todo lo relacionado con el tema de Israel ya que es posiblemente el más importante de la jornada. La situación es la siguiente: Netanyahu, quien es el Presidente de Israel desde hace doce años y la figura más importante de su historia reciente, está cerca de ser sustituido -o no- por un cambio de Gobierno. En los últimos dos años ha habido cuatro elecciones distintas en Israel y se encaminan hacia la quinta, ya que no hay forma de conseguir una coalición suficiente para liderar un nuevo Gobierno. Sin embargo, de repente, ha surgido una coalición de ocho partidos muy distintos ideológicamente liderada por Naftali Bennett y Yair Lapid, que está ultimando las negociaciones finales para poner fin a la era de Netanyahu (ilustración 45). Por todo ello, solo falta esperar a la votación en el Parlamento y una vez se desarrolle, si todo va según lo esperado, Netanyahu perderá su poder como Presidente (00:09:00 - 00:18:00).

Posteriormente, Doménech continúa el directo explicando por qué es noticia AMC. La empresa americana es la cadena de cines más grande del mundo (en España, por ejemplo, tienen los cines Cinesa) y creció más con la compra del magnate chino Dalian Wanda. El caso es que este último se ha ido de la compañía para salvarla, ya que AMC estaba en crisis por la pandemia. Hace unos meses, empezó a subir el valor de las acciones de la compañía debido a la adquisición de estos títulos de pequeños minoristas. Aprovechando esta situación, AMC decidió vender parte de sus acciones por valor de 230 millones de dólares a un fondo de inversión, y con ese dinero, realizar inversiones que le devolvieran una cierta estabilidad financiera.

A su vez, ese fondo de inversión veía que el valor de las acciones no paraba de aumentar más y más y decidió hacer lo propio, vendiéndolas por un valor más alto del que las habían adquirido y sacando un gran beneficio. Pero no todo quedó ahí, ya que a día de hoy, sigue aumentando el precio de los títulos de la empresa, puesto que los pequeños inversores han seguido adquiriendo más acciones. Mientras que, AMC, ha anunciado un programa especial dedicado a los inversores de la compañía, a quienes van a beneficiar con palomitas y accesos gratis a sus cines tras la compra de esas

acciones (ilustración 46). Con esto pretender seguir reconduciendo su estrategia invirtiendo, al fin y al cabo, en su propio crecimiento (00:19:00 - 00:35:00).

Avanzando en el directo, Nanísimo pasa a tratar el tercer y último tema central del directo. La Administración de Biden ha suspendido las licencias para explotar petróleo y gas natural en el Refugio Nacional de vida salvaje en el Ártico de Alaska (ilustración 47). Esa tierra estaba protegida federalmente desde finales del siglo XX ya que su explotación puede dañar la flora y la fauna de la zona. Por el contrario, tras varios intentos fallidos en la obtención de licencias para explorar este refugio de los presidentes republicanos de los últimos años, se ha aprobado un proyecto multimillonario para ello que ha preocupado a todos los activistas medioambientales. Por tanto, la Administración de Biden está en una situación muy comprometida por las presiones que tiene de los *lobbistas*, los activistas medioambientales y, sobre todo, por la delicada situación económica del país derivada de la pandemia (00:36 - 00:43:00).

Finalmente, el periodista valenciano quiere explicar también brevemente la actualidad más reciente de Nuevo México, donde se acababan de realizar elecciones. Allí, la congresista demócrata Melanie Stansbury ganó la votación del distrito número 1 por casi veinticinco puntos de diferencia con respecto a sus competidores (ilustración 48). Hecho importante ya que esto significa que el *momentum* de los demócratas todavía se mantiene incluso mejora los datos que había conseguido Joe Biden el pasado noviembre de 2020 (00:44:00 - 00:51:00).

En los últimos minutos del directo, Nanísimo explica que el día siguiente va a estar en el *streaming* de Newtral hablando sobre el mercado inmobiliario en EEUU y cuenta una pequeña anécdota relacionada con el tema para despertar el interés de los espectadores. Además, recuerda que pueden apoyar este proyecto periodístico independiente suscribiéndose al canal y, antes de cerrar el *stream*, decide hacerle un *raid* a la creadora 'xxaina' quien tan solo tenía veintidós espectadores (ilustración 49). Tras esto, y ya para terminar, Emilio Doménech se despide hasta el siguiente directo (00:52:00 - 00:57:54).

## **B) GataSchrodinger**

Rocío Vidal (Castellón, 1992), conocida en internet como *La gata de Schrödinger*, es una periodista, publicista, escritora y divulgadora especializada en las ciencias. Asimismo, la joven difunde conocimientos científicos contra todo tipo de mitos y bulos que circulan por las redes en sus canales de YouTube y Twitch. En YouTube tiene una trayectoria de más de tres años, en los que ha conseguido 530.000 suscriptores gracias a su característico humor y su tono crítico. Varios de sus vídeos cuentan ya con millones de reproducciones y ha alcanzado un éxito que no se imaginaba antes de empezar. En cambio, en la plataforma propiedad de Amazon tan solo lleva poco más de un año y medio creando contenido y su cifra de seguidores es mucho más baja: 55.737. Esto tiene que ver, en parte, con los pocos directos que suele hacer -dos o tres cada mes- y a la duración de los mismos, que suele estar en torno a la hora y media (20 minutos, 2021).

En 2019 publicó *¡Qué le den a la ciencia!*, su primera obra literaria. En ella quiso desmentir bulos, supersticiones y *fake news* relacionadas con el mundo científico. Mientras que, en 2020 lanzó su segundo libro titulado *¡Eureka! 50 descubrimientos que han revolucionado al mundo*, en el que quiso hacer un homenaje a los mayores hallazgos de la historia (El Mundo, 2021). Estos han sido hasta ahora los proyectos más emocionantes en los que ha trabajado la castellonense, pero también es colaboradora habitual de *Newtral* en su canal y seguro que ya trabaja en nuevas ideas.

La temática del canal de Twitch de la periodista es muy variada, ya que entre sus directos hay algunos jugando a videojuegos como cualquier otro *gamer*, pero también hay muchos otros de divulgación científica e incluso reacciones a coloquios y programas científicos. La creadora acumula 444.000 visualizaciones en 113 horas repartidas en un total de 79 días de actividad (TwitchTracker, 2021).

Como ejemplo representativo del canal está la retransmisión del 25 de mayo de 2021, [Investigando el movimiento n@zi en España](#), el cual tuvo una duración de cincuenta y cuatro minutos y acumuló una media de 1.005 espectadores, además de una balance de 177 nuevos seguidores.

Los primeros minutos del directo hay una imagen con la imagen de un gato y un texto que indica que la retransmisión está comenzando, acompañada de una música de fondo (ilustración 50). Esto se hace, una vez más, para dar un margen de tiempo a todos

aquellos seguidores de la creadora que quieran acceder al *streaming* (00:00:00 - 00:04:00).

Al cabo de cuatro minutos Rocío decide introducir su cámara y comienza el directo. En primer lugar, agradece las suscripciones y comenta al chat que no cree que tenga que dar explicaciones sobre lo que sucedió en el evento España 2050, del que fue la presentadora. Ella fue como invitada porque le pareció un proyecto muy interesante en el que participaban muchos investigadores reconocidos a nivel nacional, pero la participación de Pedro Sánchez en el coloquio hizo que mucha gente empezase a criticarle argumentando que se había vendido y que era del PSOE. Finalmente, y para zanjar el tema, comenta que ella no tiene nada que ver con el partido político ni le pagaron nada por ir allí "*si hubiera sabido que iba a tener esta repercusión negativa para mí, no lo hubiera hecho*". Algo parecido le pasa, según dice, al colaborar semanalmente con *Newtral*. Ella simplemente aparece en su canal para hablar con expertos acerca de las vacunas, y como no hace nada malo a nadie, no le da excesiva importancia a esas críticas. Entre las suscripciones que le llegan en estos primeros minutos se encuentra la de 'AirinKisaragi', a quien le agradece emocionada su estancia en el canal (ilustración 51): "*madre mía, madre mía, madre mía. ¡Muchas gracias por los primes! Madre mía 12 meses AirinKisaragi, muchas gracias*" (00:05:00 - 00:17:00).

Una vez hechas las aclaraciones pertinentes, la castellonense pasa a explicar por qué empezó a investigar el movimiento nazi, y es que todo fue pura casualidad. Hace poco adquirió el libro *Memorias de un exnazi: Veinte años en la extrema derecha española* atraída por la curiosidad, y resulta que el autor de la obra -David Saavedra- concedió poco después una entrevista a Jordi Évole para su programa de La Sexta (ilustración 52). Rocío vio esa entrevista y le impresionó tanto que quiso saber más acerca del tema. Buscando el perfil de Saavedra vio que le seguía y decidió contactar con él. Le escribió y enseguida recibió una respuesta del gallego comentándole que le encantaba el canal que tenía GataSchrodinger e intercambiaron varios mensajes.

Antes de continuar con la explicación, la periodista introduce un fragmento en pantalla de lo que fue la entrevista de Jordi Évole y comenta al chat que ella también tiene pensado hacerle una entrevista próximamente. Al hilo de su curiosidad por saber cómo funciona el cerebro radicalizado, Rocío también dice que está leyendo *Compórtate*, el mejor libro de ciencia de 2017 según el *Wall Street Journal*, en el que se

analiza en profundidad la conducta humana y todas sus vertientes. Justo entonces, aparece en pantalla uno de sus perros interrumpiendo su explicación, pero continúa con el directo enseñando el último libro del que había hablado, y prosigue con el tema principal del directo (ilustración 53).

Con respecto a la conversación que mantuvo vía Instagram con David Saavedra, la creadora cuenta como el escritor le explicó que unos años atrás era muy común la organización de los militantes de extrema derecha en torno a foros de discusión, mientras que, en la actualidad, la principal actividad de estos grupos está en Telegram. En las redes sociales más populares no se permite la difusión de este tipo de ideologías tan fácilmente, y por eso, las personas con ideología extremista han tenido que recurrir a esta aplicación. Sin embargo, el acceso a estos grupos es muy restringido y solamente se puede entrar con la ayuda de un 'padrino'. Por esta razón todavía quedan algunos foros en activo tales como: *Stormfront*, *White pride world wide* o *VNN Forum*. Rocío muestra ambas páginas y destaca algunos ejemplos del tipo de cuestiones que se debaten dentro del propio foro (ilustración 54). Un ejemplo es el de un usuario que pregunta sobre si VOX es un partido de centro, a lo que prácticamente todos (excepto un usuario) responden que sí.

Posteriormente, Rocío deja de lado todo lo relacionado con los grupos de difusión de la extrema derecha y pasa a comentar el canal de YouTube de Isabel Peralta, la falangista que se dio a conocer a principios de 2021 a raíz de un vídeo en el que daba un discurso antisemita (ilustración 55). Con esto, explica que el partido liderado por Santiago Abascal no es aceptado entre los pequeños grupos de extrema derecha en España. Una diferencia clara entre unos y otros, reside en que VOX defiende la legitimidad de Israel, mientras que estos movimientos lo ven como algo impensable. Es por eso por lo que Isabel Peralta, perteneciente a Bastión Frontal dedica un vídeo en su canal de YouTube catalogando al partido como 'disidencia controlada'. Rocío comenta que las fricciones entre los pensamientos que convergen en la extrema derecha llevan años dándose, dado que hay grupos que ven el ideal alemán como el máximo al que aspirar y otros, que por el contrario, se sitúan más cerca del franquismo y el tradicionalismo católico.

Hacia el final del directo y tras esta investigación en profundidad, la periodista recuerda que entrevistará próximamente a David Saavedra, quien formó parte de la



extrema derecha española durante veinte años y que más tarde, publicará un vídeo explicativo en su canal de YouTube en el que incluirá también muchos de los temas que ha tratado durante este *streaming* (00: 18:00 - 00:57:00).

Antes de finalizar la retransmisión, GataSchrodinger hace una *raid* a la creadora 'gisbanos', quien en ese preciso momento estaba haciendo un directo sobre la conservación de la energía física, y se despide poniendo los últimos segundos de la canción Montero de Lil Nas X, la cual le encanta y recomienda escuchar a todos sus seguidores (00:58:00 - 00:59:02).

### **C) drafteadosNBA**

Este canal pertenece a José Sáenz de Tejada y Sergio Andrés Chacón, dos periodistas deportivos españoles especializados en la NBA, o lo que es lo mismo, la liga de baloncesto estadounidense. Ambos se embarcaron juntos en este proyecto denominado drafteadosNBA hace ya cuatro años, y cuentan con: un canal de YouTube, en el que suben contenido diario y concentran más de 214.000 suscriptores; una cuenta de Twitter, mediante la cual interactúan con la audiencia de manera sencilla y escriben tanto de novedades de la NBA como de sus canales de YouTube y Twitch; un perfil de Instagram, en el que suben fragmentos de algún momento gracioso de sus directos, anuncian cuál va a ser el contenido del canal en los próximos días, publican historias de su día a día detrás de las cámaras... etcétera; y un canal de Twitch, todavía emergente ya que lo crearon el verano de 2020 (drafteados.com, 2021).

José tiene 28 años y es graduado en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Antes de embarcarse en este proyecto junto a su amigo y compañero Sergio Andrés, fue comentarista de partidos de la NBA en Pasión Deportiva Radio, colaborador del programa 'Tirando a Fallar' de *esRadio*, y redactor de *Solobasket* y *NBAMANIACS*, entre otros (LinkedIn Corporation, 2021). Por su parte, Sergio Andrés tiene 30 años y es también graduado en periodismo por la Universidad Villanueva de Madrid. A lo largo de su carrera profesional ha trabajado en diversos medios, tales como *Zona 2-3*, la *Revista Gradass*, el diario *As* y *NBAMANIACS* -donde conoció a su actual compañero-. Además, juntos han comenzado también a trabajar durante la temporada 20-21 con la Delegación de la NBA en España, haciendo vídeos para su canal de YouTube; y con 2K España, una empresa desarrolladora de videojuegos que

actualmente posee el videojuego más popular de la NBA de todo el mundo, el NBA 2K21 (Facebook, 2021)

Con respecto a la temática sobre la que se asienta el canal de los jóvenes periodistas, todo está enfocado en el baloncesto y más concretamente, en la NBA. Sin embargo, estos creadores tienen el suficiente ingenio como para ir variando en función de los eventos más destacados que suceden en la liga americana. Entre las retransmisiones más comunes de drafteadosNBA habría que destacar aquellas en las que comentan en directo uno o varios partidos. Esto es algo que se da sobre todo cuando termina la temporada regular de la liga y llegan los playoffs. Los directos suelen ser de madrugada, ya que el horario de los partidos de la NBA en España es para trasnochar y tienen una duración aproximada de unas cuatro o incluso cinco horas. Además, José y Sergio Andrés, hacen directos charlando sobre las noticias de última hora en la NBA, juegos y concursos con invitados, preguntas y respuestas con los usuarios del chat -formato muy extendido en Twitch y YouTube-, haciendo predicciones de quién va a ganar los premios de la temporada, e incluso el título de campeones de los playoffs de la NBA... etc. Es decir, drafteadosNBA tiene un montón de recursos con los que atraer una audiencia nueva y además, mantener a la que ya tenían previamente. Todos sus directos tienen un componente humorístico personal que acompaña el rigor periodístico y una calidad en sus informaciones y opiniones tal, que hace que tanto José como Sergio se hayan ganado el cariño de todo su público.

En mayo de 2021 concentran ya más de 73.000 seguidores en la plataforma morada, y su comunidad no para de crecer. La cifra de seguidores del canal no parece muy elevada, pero esto tiene una explicación. El proyecto de drafteadosNBA no está centrado única y exclusivamente en el canal de Twitch, sino que éste es una herramienta más a través de la cual llegar a su público. En el último mes del que se disponen datos, mayo de 2021, los periodistas deportivos han emitido en la web de *streamings* siete días de los treinta que tiene el mes. Este dato contrasta con la dedicación que le imprimen a su canal de YouTube, en el que sí que publican al menos un vídeo cada día. En él suman más de 215.000 suscriptores, teniendo en su vídeo más visto casi 600.000 reproducciones, hecho que deja a la vista que su prioridad a día de hoy es la plataforma de Google (YouTube, 2021).

Como ejemplo representativo del canal destaca la retransmisión del 25 de mayo de 2021, ['LOS MEJORES PLAYOFFS Y CHARLITA BUENA'](#), el cual tuvo una duración de una hora y seis minutos y consiguió alcanzar un pico máximo de 1.857 espectadores justo a la mitad del *stream*. Asimismo, la media de usuarios que estuvieron presentes durante todo el directo es muy similar a la anterior (1.420) y los números en cuanto a seguidores nuevos del canal tampoco están nada mal (186) (TwitchTracker, 2021).

Hay que mencionar que la cabecera que indica que está comenzando el *streaming* es diferente a la que normalmente suele haber (ilustración 56). En este caso se trata de un diseño muy particular en el cual se hace referencia a los playoffs de la NBA, que ya han dado comienzo, sin dejar de lado el logo identificativo del proyecto (00:00:00 - 00:04:00).

Durante los primeros minutos del directo, ambos periodistas saludan a varios usuarios del chat y explican en qué va a consistir el directo (ilustración 57). En primer lugar, van a charlar e interactuar con los espectadores respondiendo preguntas y explicando el desarrollo de los primeros partidos del playoff. Después, van a grabar en riguroso directo un vídeo para el canal de YouTube acerca de las mejores actuaciones individuales que ellos han podido presenciar en unos playoffs. Una vez grabado ese primer vídeo, Sergio y José vuelven a charlar y a comentar con el chat todo aquello que les haya podido sorprender, para, así, debatir e intercambiar opiniones. Y antes de finalizar la retransmisión, vuelven a grabar un nuevo vídeo para el canal de YouTube. Pero esta vez, comentando las mejores actuaciones históricas en la historia de los playoffs de la NBA. Por tanto, estos dos vídeos se pudieron disfrutar en exclusiva en el canal de Twitch de draftados varios días antes de su publicación en la plataforma de Google, estableciendo una conexión más directa con su audiencia y recibiendo un *feedback* al instante que en YouTube quizá sea más difícil de conseguir. Además, mientras Sergio explica todo esto al comienzo del directo, José publica un *tweet* en la cuenta de Twitter de draftados (ilustración 58) para que todos aquellos que no supieran que estaban en directo pudieran unirse mediante un enlace directo (00:05:00 - 00:07:00).

Una vez hecha la explicación inicial sobre lo que va a tratar el directo, Sergio Andrés, quien no deja de leer el chat en ningún momento, agradece varias suscripciones y comenta algunos de los mensajes más graciosos del chat: "*gracias 'anghelochica55' por*

*esa suscripción, por ese prime. Y gracias chicos a todos los que os estáis suscribiendo"*, comenta el madrileño. Asimismo, los periodistas deportivos analizan y comentan los temas más destacados de la caja de comentarios. En primer lugar, ambos tratan el tema del mal desempeño que está teniendo *Miami Heat* en su serie contra los *Milwaukee Bucks*, siendo sin ninguna duda la decepción de estos *playoffs* tras llegar el año pasado a las finales. También Sergio alude a una suscripción del canal en la que les preguntaban a quién veían como favorito en una hipotética serie entre *Milwaukee Bucks* y *Philadelphia 76ers*, entre otros muchos comentarios. José da por ganador a los *Bucks*, equipo al que ha estado defendiendo durante toda la temporada y al que ve con claras opciones de optar al título por sensaciones. Sin embargo, Sergio Andrés tiene más dudas con respecto a este tema, ya que no ve a ningún posible defensor del mejor jugador de *Philadelphia* (00:08:00 - 00:20:00).

Después de esto, se disponen a grabar el primer vídeo del directo. En él aluden a un total de cinco jugadores y a sus cinco mejores actuaciones en los últimos años, coincidiendo todos ellos en la consecución del anillo de la NBA y el premio como MVP de las finales. Dwayne Wade es el primero de ellos con su desempeño en el año 2006 (ilustración 59), seguido por el mítico Kobe Bryant en 2009, y los tres siguientes son los que todavía continúan sus carreras en activo: LeBron James (2012), Kevin Durant (2017) y Kawhi Leonard (2019) (00:21:00 - 00:32:00).

Al terminar, volvieron a estar unos minutos charlando de manera relajada con el chat respondiendo algunas de las preguntas que les iban haciendo sus seguidores. Posteriormente, contaron que ya habían grabado cinco vídeos aquel día -a falta de uno más que todavía no habían hecho-. Uno para NBA España, otro para 2K España, el vídeo diario que suben todos los días a su canal de YouTube, el que habían dejado preparado para ese sábado y el que iban a grabar a continuación para el domingo. Entre las preguntas del chat, Sergio destaca una en la cual les preguntan sobre un posible enfrentamiento directo entre dos de los equipos más fuertes de la Conferencia Este, los *Brooklyn Nets* y los *Milwaukee Bucks*. José no duda y sigue confiando firmemente en los *Bucks*, pero Sergio difiere, ya que, según él mismo, los *Nets* tienen uno de los potenciales ofensivos más notables de toda la liga (ilustración 60). Asimismo, también responden la pregunta de 'jon\_zarate' relacionada con la retransmisión con comentarios en directo de los próximos partidos (sin imagen, claro). Sergio es claro en su respuesta y afirma rotundamente que sí. Todas o casi todas las semanas quieren intentar hacer algún

directo de *playoffs* comentando diferentes partidos de ese día. José tiene muchas ganas de ver las eliminatorias de este año por el gran nivel que están mostrando todos los equipos, y le encanta hacerlo en directo con todos sus seguidores. Por eso mismo también quiere seguir haciéndolo con regularidad (00:33:00 - 00:38:00)

Avanzando en el directo, los dos periodistas se disponen a realizar la grabación del segundo vídeo que tenían previsto. Esta vez la lista contiene a jugadores históricos anteriores a Sergio y José, y que, por tanto, no han podido disfrutar de su baloncesto en tiempo real. El primero en aparecer es el inolvidable Larry Bird, en su demostración de talento del año 1984, seguido del incomparable Michael Jordan (1993), el magnífico Hakeem Olajuwon (1994), el poderoso Shaquille O'Neal (2000) y el tres veces MVP de las finales de la NBA Tim Duncan (2003), todos ellos jugadores históricos (ilustración 61) (00:39:00 - 00:48:00).

Una vez terminada la grabación, Sergio relee los mensajes de suscripciones que se han ido sucediendo durante esos minutos que no han podido mirar el chat. Y para ir acabando con la retransmisión, tratan algunos otros temas interesantes de actualidad como la igualdad vista hasta el momento en la serie que enfrentaba a los *Portland Trail Blazers* contra los *Denver Nuggets*; las recientes declaraciones del alcalde de Nueva York, polémicas cuanto menos al referirse al mejor jugador de los *Atlanta Hawks* como un busca faltas constante; el enfrentamiento -deportivo- entre Kawhi Leonard y Luka Doncic, en uno de los duelos más bonitos de la presente temporada; o la dificultad que tienen a la hora de defender los jugadores más bajitos de la liga, tales como el argentino Facundo Campazzo, Mikal Bridges o Andrew Wiggins (ilustración 62). Entretanto, el canal *drafteadosNBA* recibió un *raid* de su amigo Blon, al cual le agradecen su apoyo, y animan a todos los usuarios que han llegado de su parte a que se queden (00:49:00 - 01:02:00).

Y, para concluir, los dos integrantes del canal dedican los últimos minutos del directo a seleccionar un canal al cual hacerle un *raid* como el que ellos habían recibido momentos antes de Blon. Lo realizan al creador 'urihoops', quien también hace directos sobre baloncesto, más concretamente sobre la liga estadounidense. Pero antes de irse, vuelven a poner la misma imagen identificativa que habían usado al principio del *stream* para generar una estructura cíclica (ilustración 63) y agradecen a sus seguidores todo el apoyo que les brindan siempre (01:03:00 - 01:06:00).

## 5. CONCLUSIONES

Respondiendo a los objetivos planteados en este estudio de caso, podemos concluir que:

Con respecto al primer Objetivo general, el cual era contextualizar Twitch y su contenido dentro del ámbito digital periodístico:

Tras la lectura de diversos artículos y entrevistas y el visionado de muchas retransmisiones, cabe destacar que el repaso de la historia de Twitch y su inclusión gradual de contenidos alejados de los eSports ha sido muy positivo en todos los aspectos. La adquisición de la compañía por parte de Amazon en el verano de 2014 fue un punto de inflexión a partir del cual la plataforma de *live streamings* dio un enorme salto cualitativo. Fue entonces cuando comenzaron a surgir los canales ajenos a los videojuegos, tan extendidos en la actualidad.

Además, el crecimiento del ciberperiodismo en España en los últimos años ha sido clave. Los medios digitales están superando cualquier expectativa inicial, siendo sus noticias de fácil acceso y actualizadas al instante. Asimismo, muchos periodistas también han podido crear sus propias marcas personales gracias a este crecimiento y a las redes sociales. Perfiles como el de Emilio Doménech en Twitter son un claro ejemplo de todo ello. Después de obtener un número de seguidores considerable y la fidelidad de su público en la red social del pájaro azul, el joven de Alcoy decidió emprender un nuevo proyecto en Twitch, donde concentra más de 23.000 seguidores en tan solo un año.

Asistiendo como espectador (virtual) a diferentes directos de *streamers* periodistas, se pueden descubrir nuevas opciones profesionales para el futuro muy llamativas que. Es muy importante conocer todas las vías posibles a través de las que se puede comunicar e informar a la audiencia, y esta es una de las más recientes. Ha sido una experiencia muy enriquecedora de la se pueden extraer muchos conocimientos aplicables a la actualidad de aquí en adelante.

Con respecto al segundo Objetivo general, valorar si el desarrollo y la popularidad alcanzados por la plataforma han propiciado que el periodismo intente hacerse un hueco entre la enorme diversidad temática existente:

La llegada del periodismo como tal a la web de directos de Amazon empezó a producirse durante el año 2020, momento en el que los números de Twitch se multiplicaron a consecuencia de la pandemia global del coronavirus. El desarrollo que estaba experimentando la plataforma unido a la imposibilidad de ir a trabajar presencialmente fueron los dos condicionantes principales de esta proliferación de nuevos canales. No obstante, no solo hubo un incremento en el número de periodistas que se aventuraron a probar suerte con Twitch, personalidades de todos los ámbitos necesitaron reinventarse con el fin de obtener un sustento económico durante el confinamiento. En concreto, de los tres canales periodísticos analizados en profundidad, *drafteadosNBA*, *GataSchrodinger* y *Nanisimo*, todos ellos comenzaron a emitir en el año 2020.

El primero de ellos que formó parte de la plataforma fue la divulgadora científica *GataSchrodinger* (Rocío Vidal), quien no quiso desaprovechar la oportunidad surgida a raíz del confinamiento y empezó a retransmitir desde el 18 de marzo de 2020, coincidiendo con la primera semana del encierro. Posteriormente, *Nanisimo* (Emilio Doménech) fue quien se lanzó a este mundo, siendo el 13 de mayo de 2020 el día en el que hizo su primer directo en la plataforma. Por último, los periodistas deportivos de *drafteadosNBA*, Sergio Andrés y José Sáenz de Tejada, se unieron a esta aventura el 15 de agosto de 2020, justo la semana previa al inicio de los playoffs de la NBA.

Por todo ello, es cierto que hasta que Twitch no ha tenido una popularidad tan grande como la actual, los periodistas no han apostado por la plataforma. Sin embargo, de todos los canales descubiertos en los últimos meses, estos son tres de los más interesantes. En menos de una hora informan, entretienen, provocan la carcajada y hacen reflexionar a su público gracias a la preparación previa y al trabajo de documentación que todos ellos realizan. Es un verdadero placer aprender de creadores con tanto talento y que seguro que van a lograr grandes éxitos.

Por otro lado y en cuanto al primer objetivo específico, valorar las posibilidades que ofrece Twitch como un nuevo medio digital:

Las posibilidades en la actualidad son ilimitadas. En la plataforma de Amazon se pueden hacer cientos de formatos distintos y todos ellos con un sello personal imprimido por el creador del canal en cuestión. Sin embargo, la dificultad reside en la creatividad y el hecho de preparar directos diferentes cada día. Esto es algo que no se

suele hacer ya que normalmente cada creador está especializado en un campo o un videojuego, a raíz del cual si que se intenta generar contenido variado.

Con respecto al segundo objetivo específico, conocer hacia dónde se está dirigiendo la comunicación y cuál es el horizonte que se vislumbra a corto plazo para los periodistas:

La comunicación se está dirigiendo hacia internet y sus marcos de actuación. Estos son por ejemplo, las redes sociales, las plataformas de *streaming* y los medios digitales. Sin embargo, el auge del consumo de contenidos en línea no significa que los medios tradicionales vayan a pasar a un segundo plano o a perder su audiencia.

Por lo general, el público de Twitch había dejado de consumir televisión a diario en favor de otros formatos audiovisuales. Estos han sido formatos más cercanos y en los que puede sentirse parte de una comunidad, como sucede en Twitch. Esta es la razón principal por la que los medios tradicionales van a convivir en perfecta armonía con las nuevas opciones de consumo establecidas y todavía por descubrir. El público más adulto va a seguir utilizando su televisión como uno de los medios principales de información o entretenimiento, mientras que aquellos jóvenes que habían pasado a ser consumidores ocasionales van a continuar siéndolo aunque descubran nuevas opciones audiovisuales que llamen más su atención.

En relación con las dos hipótesis planteadas, ¿tiene cabida el periodismo en la creación de contenidos para internet? y ¿son las plataformas de *streaming online* el futuro de la comunicación? en ambos casos la respuesta es afirmativa.

Sí, el periodismo al igual que muchos otros ámbitos de índoles muy distintas tiene cabida en la creación de contenidos para internet. Los ejemplos más claros son los analizados anteriormente. Emilio Doménech, Rocío Vidal, José Sáenz de Tejada y Sergio Andrés son los abanderados en este caso del periodismo en Twitch España, pero hay muchos más canales que todavía están creciendo con estilos muy similares.

Y de nuevo sí, las plataformas de *streaming online* son a día de hoy el futuro de la comunicación. Hacia ellas se está enfocando una infinidad de contenido que antes solo se podía ver en televisión. Quizá el ejemplo más claro sea el canal de Ibai, quien ha conseguido triunfar con formatos televisivos en los últimos meses. A día de hoy, el vasco está un peldaño por encima del resto de sus compañeros ya que consigue que sus



retransmisiones tengan una calidad de producción y realización a la altura de los programas de televisión convencionales.

En definitiva, este trabajo ha servido para conocer el enorme talento que existe en Twitch en el ámbito periodístico y, gracias a ello, todos los usuarios de la plataforma con interés informativo pueden ampliar sus conocimientos y explorar nuevas vías profesionales a través de este medio. El periodismo digital tiene mucho que aportar a las plataformas de vídeos en directo todavía y sin duda, va a continuar creciendo en los próximos años. El acercamiento de periodistas reconocidos en el mundo de la comunicación a Twitch ya ha comenzado, y no va a parar. Mónica Carrillo y Jordi Évole charlando con Ibai Llanos en su directo o Nico Abad creándose su propio canal son algunos de los ejemplos acontecidos en los últimos meses, pero a día de hoy se puede afirmar con total seguridad que no van a ser los únicos.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Adrián Romero Mejías. (2016, junio). *Las plataformas de contenido y su repercusión en la audiencia digital: los casos de YouTube y Twitch* (TFG).

<https://zagan.unizar.es/record/98048/files/TAZ-TFG-2020-2624.pdf>

Álvarez, R. (2014, 25 agosto). Confirmado, Amazon adquiere Twitch por 970 millones de dólares. *Xataka*. <https://www.xataka.com/videojuegos/confirmado-amazon-adquiere-twitch-por-970-millones-de-dolares>

Amorós, J. M. (2021, 3 junio). *La cifra de récord alcanzada por Ibai con #LaVeladaDelAño*. Esportmaniacos.

<https://www.esportmaniacos.com/comunidad/record-ibai-cifra-twitch/>

*AngelMartin - Streamer Overview & Stats*. (2021). TwitchTracker.

<https://twitchtracker.com/angelmartin>

Antón, M. (2020, 31 marzo). Directos inolvidables que han marcado la historia de Twitch. *Marca.com*.

<https://www.marca.com/esports/2020/03/31/5e834c2922601d49248b45f2.html>

Barrio, F. (2021, 28 enero). Twitch más allá de los videojuegos: periodistas y políticos se abren espacio. *El Independiente*.

<https://www.elindependiente.com/futuro/gadget/2021/01/27/twitch-mas-alla-de-los-videojuegos-periodistas-y-politicos-se-abren-espacio/1414643/image/1415313/>

BBC News Mundo. (2021, 2 febrero). Qué es Twitch y qué hay detrás de sus millonarias audiencias. *BBC News Mundo*.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-55826329>

*Bernalico - Streamer Overview & Stats*. (2021). TwitchTracker.

<https://twitchtracker.com/bernalico>

- Bits y suscripciones*. (2021). Twitch.tv. <https://www.twitch.tv/creatorcamp/es-es/get-rewarded/bits-and-subscriptions/>
- Bou, C. P. (2021, 13 enero). Twitch de los videojuegos al periodismo. *eldia.es*.  
<https://www.eldia.es/cultura/2021/01/13/twitch-videojuegos-periodismo-27822916.html>
- Cantero, N. M. (2007, 2 abril). 'Pierde el tiempo viendo cómo otra gente pierde el tiempo', un nuevo éxito en internet. *20bits*.  
<https://www.20minutos.es/noticia/219185/0/justin/television/internet/?autoref=true>
- Carrillo, A. (2020, 7 noviembre). *¿Quién es Emilio Doménech (Nanisimo), el colaborador estrella de Ferreras en la noche electoral de EEUU?* FormulaTV.  
<https://www.formulatv.com/noticias/quien-es-emilio-domenech-colaborador-estrella-104607/>
- Castelló, A. (2020, 10 diciembre). *El salto del periodismo a Twitch como nueva ventana para la información*. Xalok. <https://www.xalok.com/blog/2020/12/10/el-salto-del-periodismo-a-twitch-como-nueva-ventana-para-la-informacion>
- Castillo, C. (2021, 1 febrero). Por qué Twitch es uno de los fenómenos tecnológicos del momento (y no deberías subestimarlo). *ElDiario.es*.  
[https://www.eldiario.es/tecnologia/twitch-fenomeno-tecnologico-momento-no-deberias-menospreciarlo\\_1\\_6750991.html](https://www.eldiario.es/tecnologia/twitch-fenomeno-tecnologico-momento-no-deberias-menospreciarlo_1_6750991.html)
- EL COMBATE DEL AÑO #LAVELADADELAÑO*. (2021, 26 mayo). Twitch.  
<https://www.twitch.tv/videos/1035949814>
- Delgado, G. (2021, 3 marzo). *La guía para no perderse en Twitch*. Adverthia Digital Marketing. <https://www.adverthia.com/que-es-twitch/>

Diario Expansión (2021, enero 24). Así es Twitch, el fenómeno de los directos que arrasa en Internet. *Expansion.com*. <https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2021/01/24/600d5e86e5fdeaf77c8b463b.html>

Díaz, C. (2020, 23 junio). Ninja y Shroud dejan Mixer rechazando una oferta millonaria. *Movistar eSports*. [https://esports.as.com/bonus/Ninja-Shroud-Mixer-rechazando-millonaria\\_0\\_1366963293.html](https://esports.as.com/bonus/Ninja-Shroud-Mixer-rechazando-millonaria_0_1366963293.html)

*DIBUJANDO de lunes!* (2021, 24 mayo). Twitch.  
<https://www.twitch.tv/videos/1033511392>

*Drafteados – Tu casa NBA*. (2021). DrafteadosNBA. <https://drafteados.com/drafteadosNBA - Streamer Overview & Stats>. (2021). TwitchTracker.  
<https://twitchtracker.com/drafteadosnba>

EASYPROMOS TV Marketing y Redes Sociales. (2018, 8 junio). *¿Qué es TWITCH? / TODO sobre la Red Social del momento* 🤖 [Vídeo]. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=J5l-JlAnvIU>

*ENTREVISTA A JAVIER CASTILLO - #CLUBDELECTURA*. (2021, 30 mayo). Twitch.  
<https://www.twitch.tv/videos/1040317860>

*Facebook - Sergio Andres Chacon*. (2017, 26 febrero). [Perfil]. Facebook.  
<https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>

*El fenómeno Twitch: qué es y cómo integrarlo en tu estrategia de marketing*. (2021, 29 enero). Autoritas. <https://www.autoritas.net/2021/01/29/el-fenomeno-twitch-que-es-y-como-integrarlo-en-tu-estrategia-de-marketing/>

García, J. G. (2021, 6 enero). Twitch desafía a Netflix y a las televisiones y asalta el entretenimiento convencional. *EL PAÍS*.  
[https://elpais.com/retina/2021/01/06/tendencias/1609956997\\_490343.html](https://elpais.com/retina/2021/01/06/tendencias/1609956997_490343.html)

García, M. (2021, marzo 10). Las mujeres en el mundo del streaming. *informaUVA*.  
<http://www.informauva.com/mujeres-mundo-streaming/>

*GataSchrodinger - Streamer Overview & Stats*. (2021). TwitchTracker.  
<https://twitchtracker.com/gataschrodinger>

*Gemita - Streamer Overview & Stats*. (2021). TwitchTracker.  
<https://twitchtracker.com/gemita/streams/41784333981>

Gómez, M. (2017, 20 octubre). *Twitch acumula más usuarios y visitas que Netflix o HBO*. 3DJuegos. <https://www.3djuegos.com/noticias-ver/174929/twitch-acumula-mas-usuarios-y-visitas-que-netflix-o-hbo/>

González, P. (2021, 17 marzo). *Gemita: De profesora particular a streamer destacada*. Esportmaniacos. <https://www.esportmaniacos.com/comunidad/gemita-de-profesora-particular-a-streamer-destacada/>

Guiñón, Á. (2019, 7 octubre). Cómo ganar dinero en Twitch. *Movistar eSports*.  
[https://esports.as.com/bonus/influencers/ganar-dinero-Twitch\\_0\\_1288971095.html](https://esports.as.com/bonus/influencers/ganar-dinero-Twitch_0_1288971095.html)

*ibai - Streamer Overview & Stats*. (2021). TwitchTracker.  
<https://twitchtracker.com/ibai/streams/42067496557>

Iglesias, M. (2021, 26 febrero). *5 formas diferentes de ganar dinero en Twitch*. ADSLZone. <https://www.adslzone.net/como-se-hace/internet/ganar-dinero-twitch/>

*Investigando el movimiento n@zi en España*. (2021, 25 mayo). Twitch.  
<https://www.twitch.tv/videos/1034927956>

Laura Escanes. (2021, 4 junio). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*.  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Laura\\_Escanes](https://es.wikipedia.org/wiki/Laura_Escanes)

*LauraEscanes - Streamer Overview & Stats.* (2021). TwitchTracker.

<https://twitchtracker.com/lauraescanes>

Líbero (2021, enero 29). ¿Cuántas horas de visualización tuvieron las plataformas de stream en el 2020? [REPORTE]. *Libero.pe*.

<https://libero.pe/esports/videojuegos/1605937-cuantas-horas-de-visualizacion-tuvieron-las-plataformas-de-stream-en-el-2020-reporte>

Lozano, G. J. F. (2020, 26 octubre). idUS - El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *IdUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla*.

<https://idus.us.es/handle/11441/102221?codigo=7614851&orden=0&info=link>

*Las mañanas de AM I con Miriam Rodríguez.* (2021, 11 mayo). Twitch.

<https://www.twitch.tv/videos/1018691928>

*LOS MEJORES PLAYOFFS Y CHARLITA BUENA.* (2021, 25 mayo). Twitch.

<https://www.twitch.tv/videos/1034795540>

MENzig. (2021, 17 febrero). *Twitch, YouTube y la nueva forma de hacer periodismo en Internet sin pretenderlo.* <https://www.menzig.es/a/nuevo-periodismo-internet-twitch-youtube-clubhouse/>

20 minutos (2021, marzo 1). Quién es Rocío Vidal, autora del canal científico 'La gata de Schrödinger' de YouTube. *www.20minutos.es - Últimas Noticias*.

<https://www.20minutos.es/noticia/4603473/0/quien-es-rocio-vidal-autora-canal-cientifico-la-gata-schroedinger-youtube/?autoref=true>

Miranda, M. (2019, 26 marzo). *Todo lo que no sabes de Laura Escanes.* Marie-

Claire.es. <https://www.marie-claire.es/celebs/fotos/todo-lo-que-no-sabes-de-laura-escanes>

*Noticiario: las acciones de AMC y la tensión en Israel.* (2021, 2 junio). Twitch.

<https://www.twitch.tv/videos/1043741655>

- País, E. (2014, 26 agosto). Amazon compra la web de videojuegos Twitch por 735 millones de euros. *EL PAÍS*.  
[https://elpais.com/economia/2014/08/26/actualidad/1409043776\\_719283.html](https://elpais.com/economia/2014/08/26/actualidad/1409043776_719283.html)
- Pérez, P. S. (2018, 24 mayo). Mixer: origen, evolución y futuro del servicio de Microsoft. *MeriStation*.  
[https://as.com/meristation/2018/05/24/noticias/1527166800\\_175920.html](https://as.com/meristation/2018/05/24/noticias/1527166800_175920.html)
- Periódico, E. (2020, 7 noviembre). ¿Quién es Emilio Doménech? Todo sobre el colaborador estrella de Ferreras en las elecciones de EEUU. *elperiodico*.  
<https://www.elperiodico.com/es/yotele/20201107/quien-es-emilio-domenech-colaborador-ferreras-newtral-elecciones-eeuu-8193880>
- Queiruga, S. (2020, 17 septiembre). *Qué es y cómo funciona Twitch, la plataforma de streaming de referencia*. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.net/que-es-y-como-funciona-twitch/>
- Queiruga, S. (2021, 4 enero). *Quién es Ibai Llanos: historia del caster que se convirtió en un influencer global*. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.net/quien-es-ibai-llanos-historia-del-caster-que-se-convirtio-en-influencer/>
- Rabanaque, L. (2021, 9 febrero). Twitch lidera la revolución del «streaming» en Internet. *El Periódico de Aragón*. <https://www.elperiodicodearagon.com/el-estudiante/2021/02/09/twitch-lidera-revolucion-streaming-internet-46462387.html>
- Raya, A. (2019, 24 julio). Youtube Gaming cierra, las app y webs gaming han sido un fracaso. *El Español*. [https://www.elespanol.com/omicrono/20180918/youtube-gaming-cierra-app-webs-gaming-fracaso/338967605\\_0.html](https://www.elespanol.com/omicrono/20180918/youtube-gaming-cierra-app-webs-gaming-fracaso/338967605_0.html)
- Rod Breslau on. (2020, 22 junio). [Información]. Twitter.  
<https://twitter.com/Slasher/status/1275145243478892544>

- Rubio, L. (2021, 26 febrero). 10 motivos por los que Twitch es esencial para una estrategia de marketing con influencers efectiva. *Marketing Directo*.  
<https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/10-motivos-twitch-esencial-marketing-con-influencers>
- Russo, F. (2020, 13 octubre). *Twitch, de experimento universitario a venderse por \$970 millones*. Tentulogo. <https://tentulogo.com/twitch-de-experimento-universitario-a-venderse-por-970-millones/>
- Sabán, A. (2019, 26 diciembre). *La guerra del streaming de videjuegos en 2019: Mixer y Facebook Gaming se disparan y Fortnite pierde la... Genbeta*.  
<https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/guerra-streaming-videjuegos-2019-mixer-facebook-gaming-se-disparan-fortnite-pierde-primera-posicion>
- Sabán, A. (2020, 7 septiembre). *LOLITO se pasa a Facebook Gaming para hacer sus directos y confirma la otra «guerra del streaming»*. Genbeta.  
<https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/lolito-se-pasa-a-facebook-gaming-para-hacer-sus-directos-confirma-otra-guerra-streaming>
- Sanahuja, N. (2021, 8 febrero). La ciencia nuestra de cada día. *ELMUNDO*.  
<https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/castellon/2021/02/08/602042eafc6c8332698b4662.html>
- Twitch streamers with the most followers, Spanish*. (2021). TwitchTracker.  
<https://twitchtracker.com/channels/most-followers/spanish>
- Twitch.tv - Community Guidelines*. (2021). Twitch.tv. <https://www.twitch.tv/p/es-es/legal/community-guidelines/>
- Twitch.tv - Partners*. (2021). Twitch.tv. <https://www.twitch.tv/p/es-es/partners/>



Zapater, P. (2021, 16 marzo). Bernal: “Lo maravilloso de Twitch es la comunidad que se forma”. *heraldo.es*. <https://www.heraldo.es/noticias/ocio-y-cultura/2021/03/16/bernal-lo-maravilloso-de-twitch-es-la-comunidad-que-se-forma-1478195.html>

## ANEXO

Pantallazo de la interface de Twitch con fines explicativos de las funcionalidades desarrolladas en el apartado '3. Marco teórico. Estado de la cuestión'.

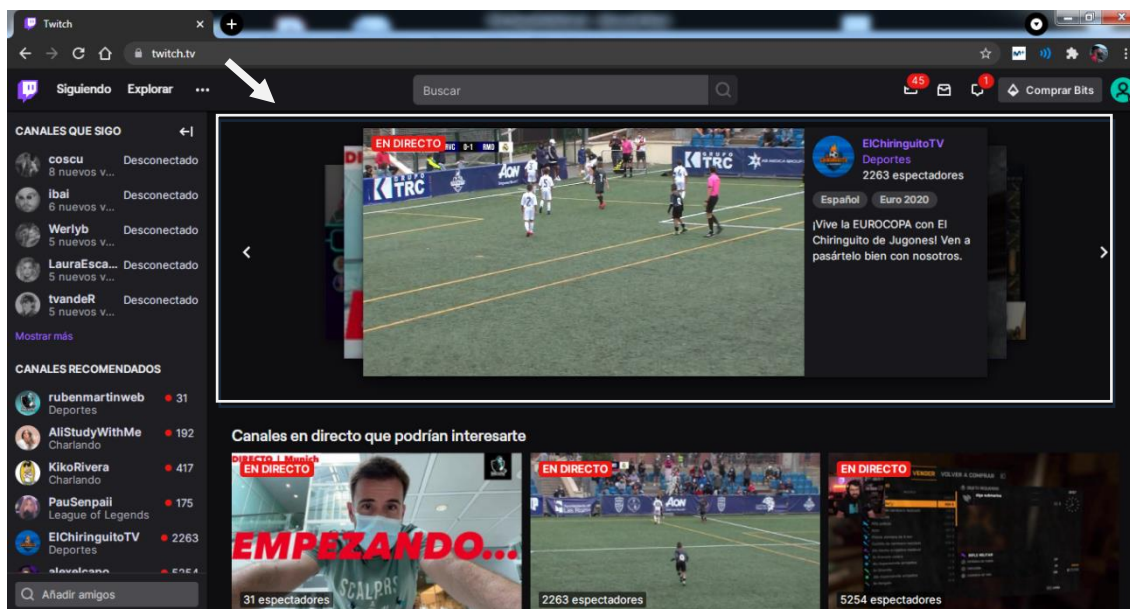


Ilustración 1. Slider principal

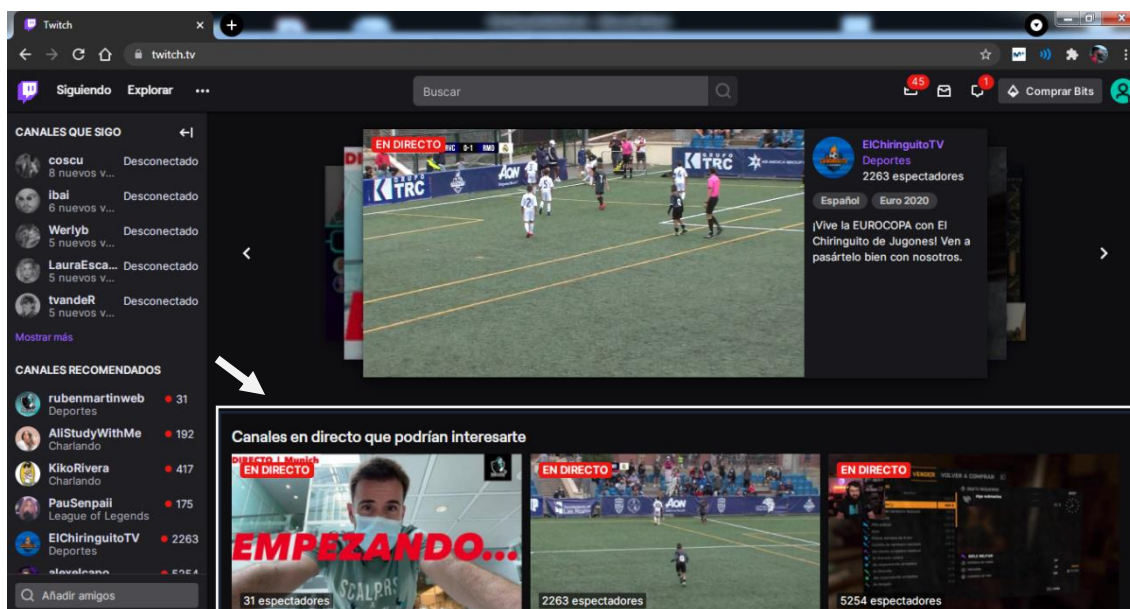


Ilustración 2. Canales que podrían ser de interés para el usuario

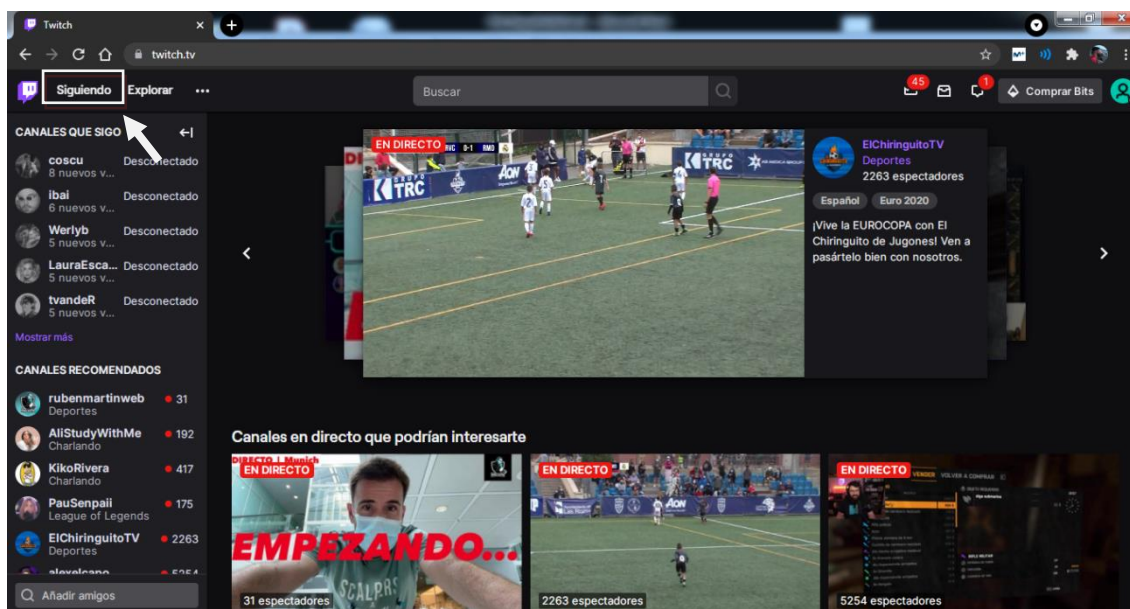


Ilustración 3. Botón de siguiendo en la parte superior izquierda.

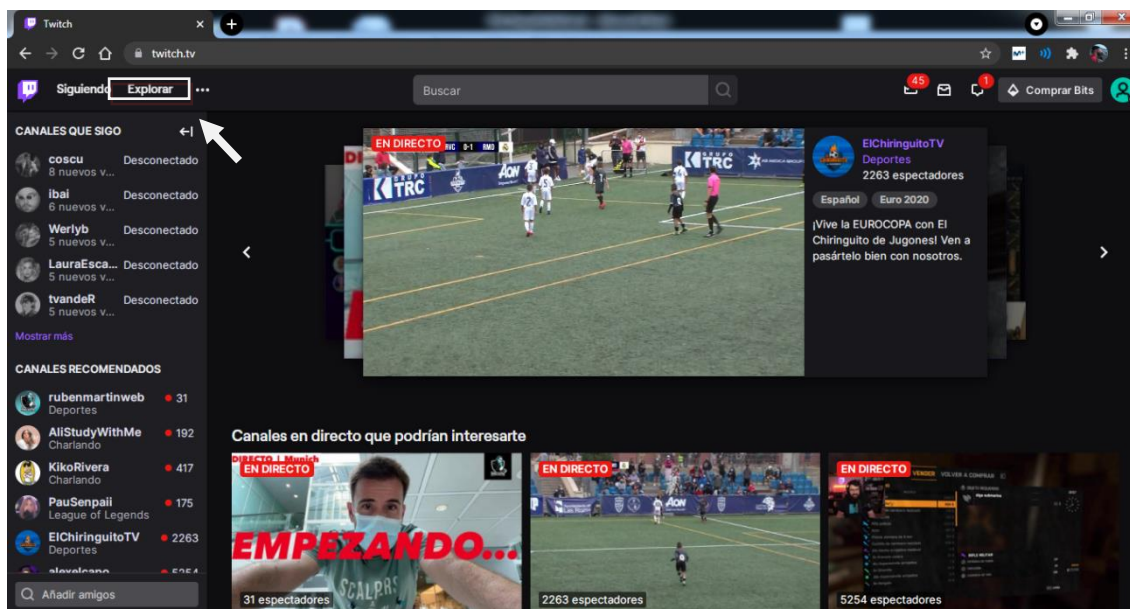


Ilustración 4. Botón de explorar. Parte superior izquierda

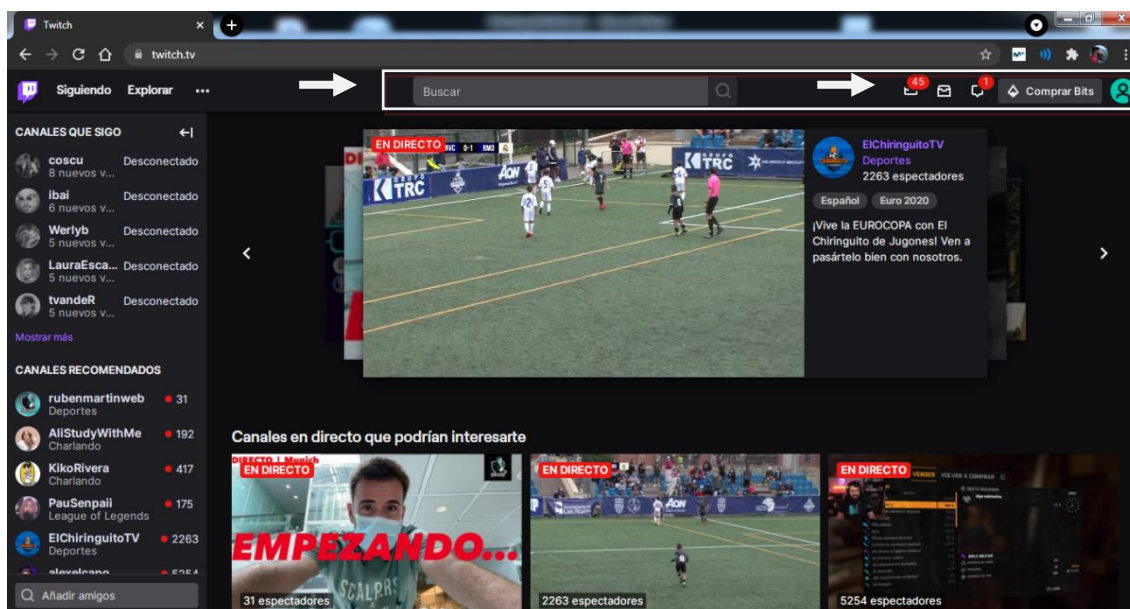


Ilustración 5. Buscador y diversas opciones como comprar Bits. Barra superior

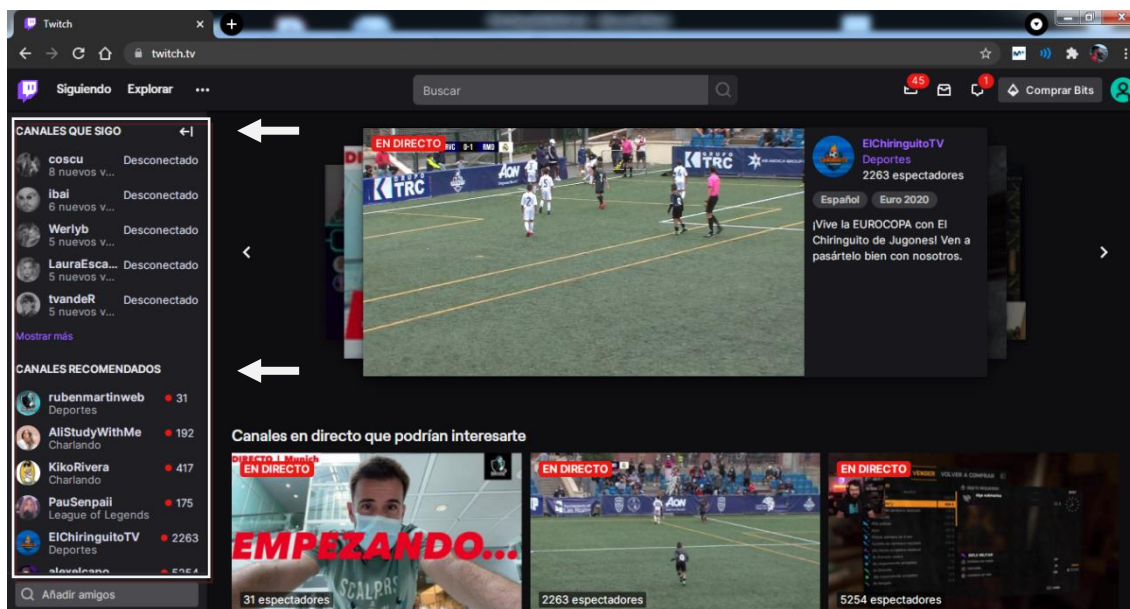


Ilustración 6. Canales seguidos y recomendados en función de tus gustos y búsquedas. Parte izquierda.



Imagen del estudio mencionado al final del apartado '3. Marco teórico. Estado de la cuestión':

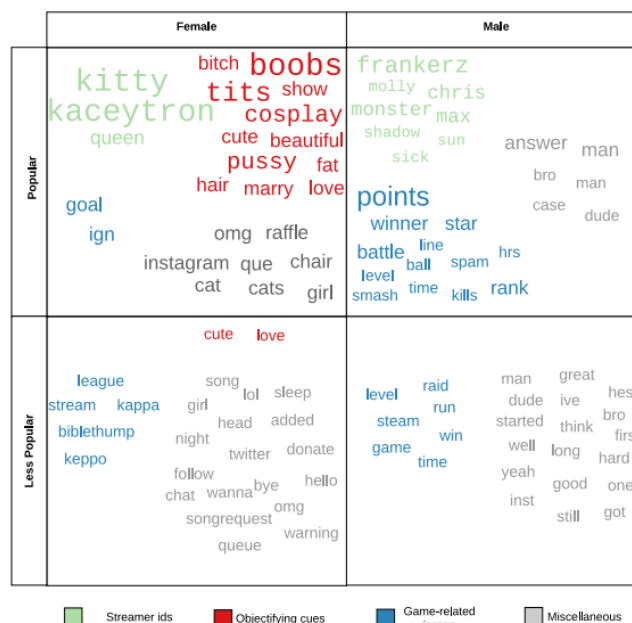


Ilustración 7. Tabla de resultados del estudio.

Capturas de pantalla de cada uno de los ocho directos analizados a lo largo del trabajo en el apartado '4. Investigación y resultados'.

#### A) Creadores

- Bernalico:



Ilustración 8. Cabecera que indica que está comenzando la retransmisión.

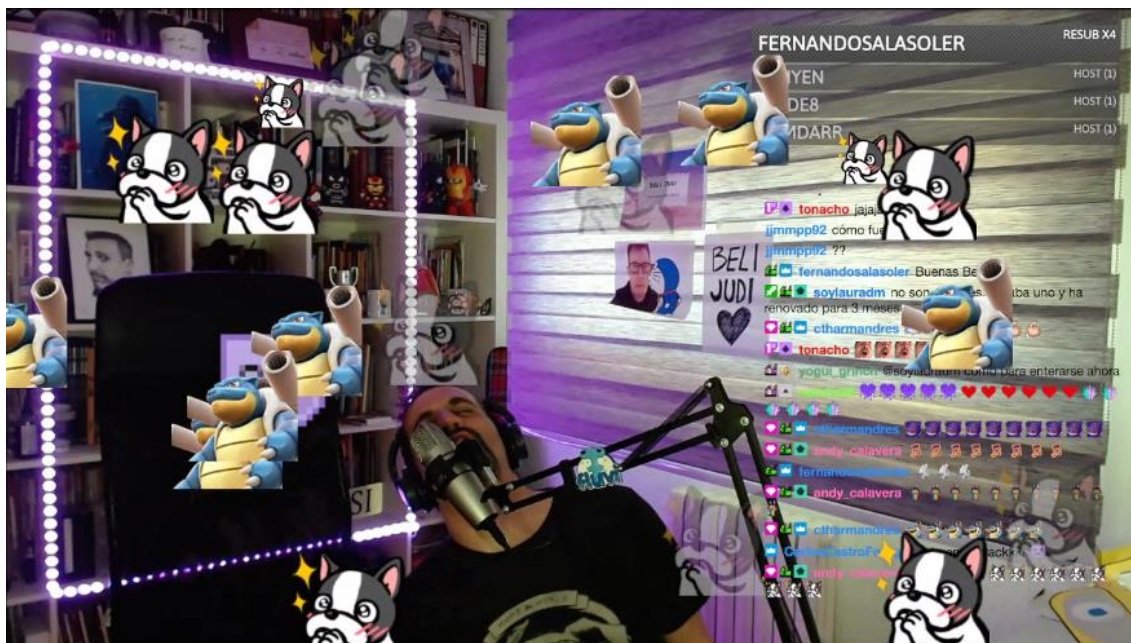


Ilustración 9. Bernalico entona una canción a la par que la baila agradeciendo la nueva suscripción de 'Tonacho'.



Ilustración 10. Cabecera que introduce la sección 'Momento mis mierdas', presente en todos los directos.

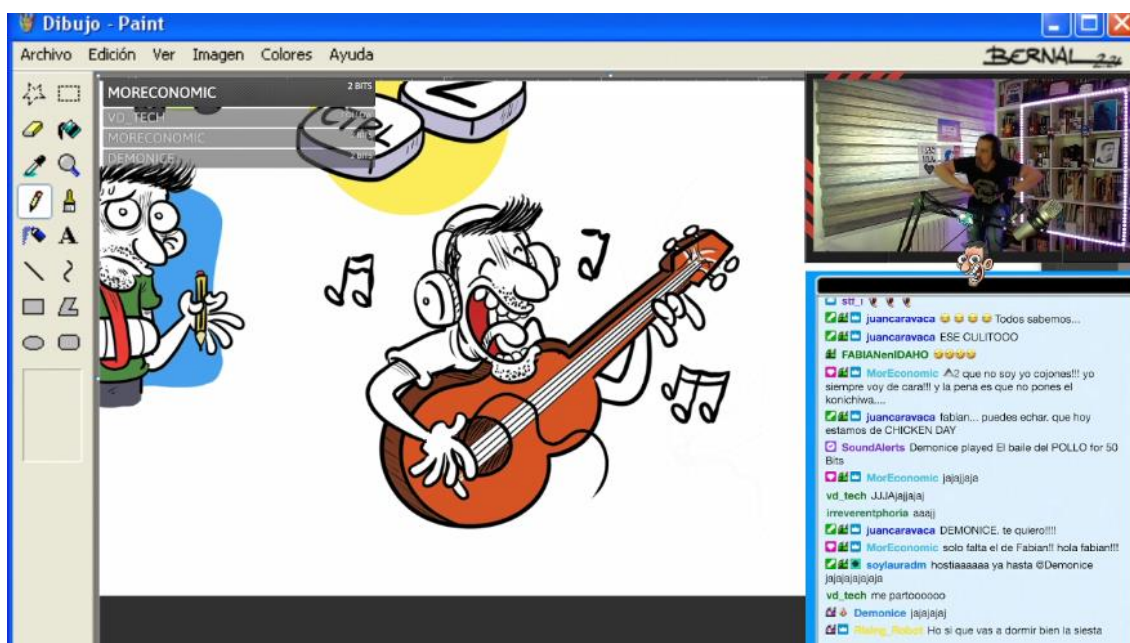


Ilustración 11. Momento en el que Bernal hizo el baile del pollo, que posteriormente se repetiría alguna vez más.

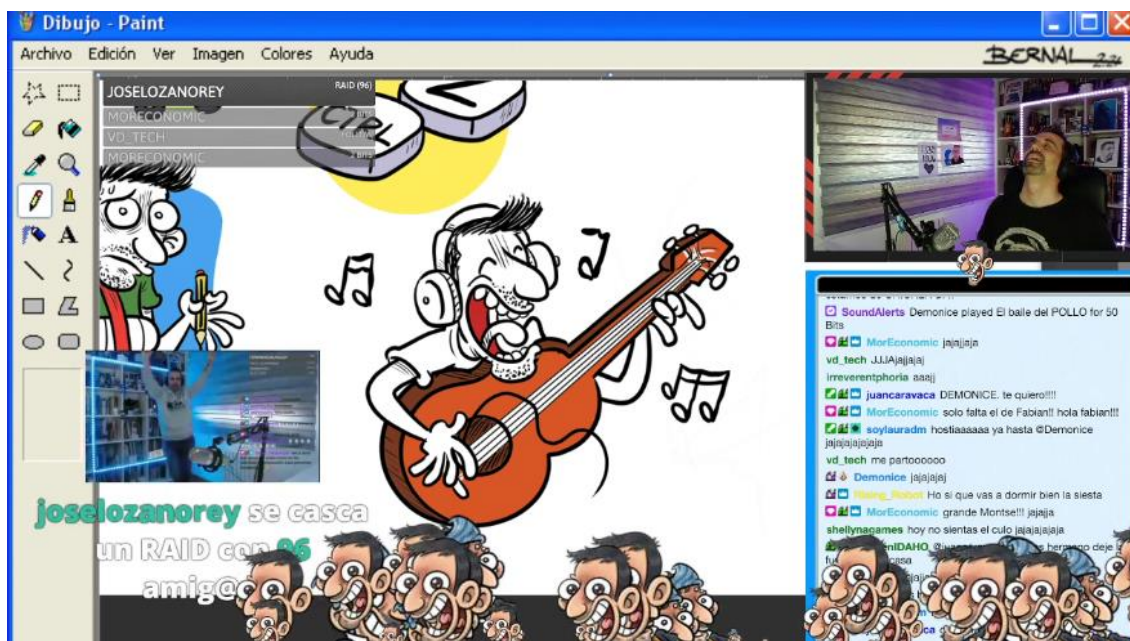


Ilustración 12. El aragonés recibe un raid con 96 personas mientras descansaba después de bailar.



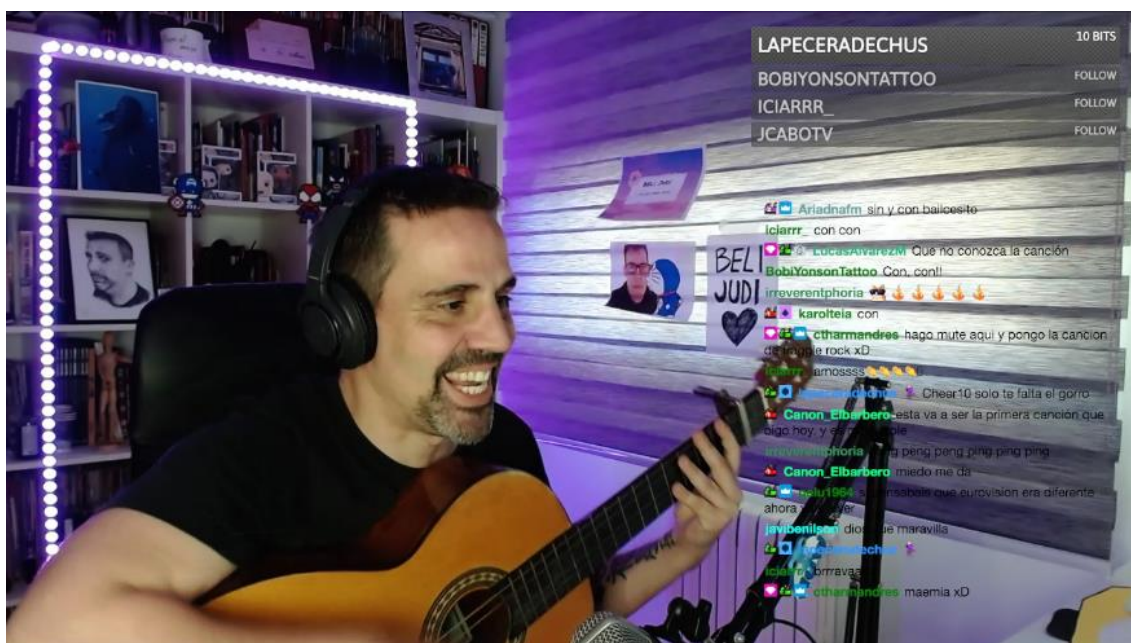


Ilustración 13. Interpretación de la canción Cachete, pechito y ombligo seleccionada antes por el chat.

- Laura Escanes:



Ilustración 14. Imagen utilizada durante los primeros minutos del stream para que se vaya uniendo la gente.



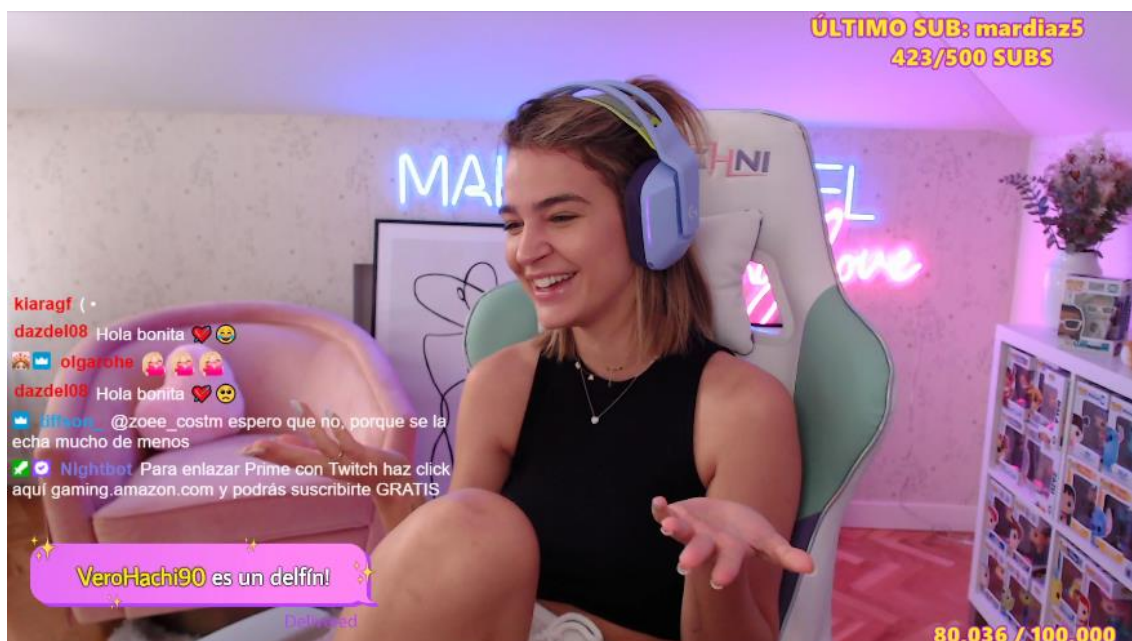


Ilustración 15. Laura alucina con las cuatro suscripciones seguidas que acaba de recibir nada más empezar.

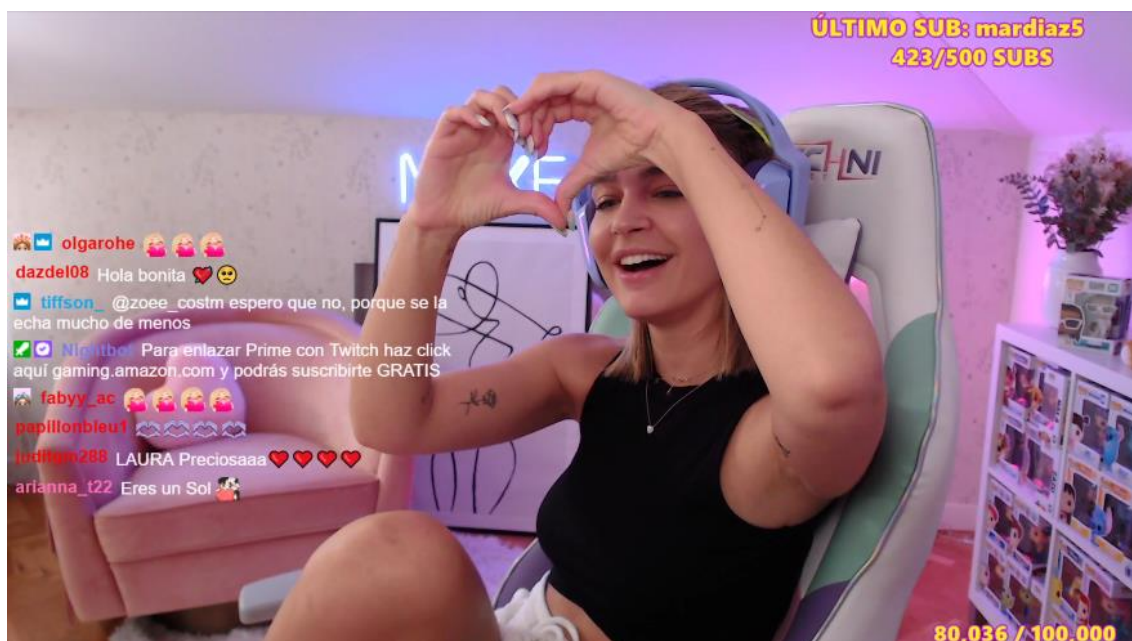


Ilustración 16. Cada vez que llega una nueva suscripción Laura se dirige a esa persona y le lanza un corazón.



Ilustración 17. Gema, Laura y Javier durante el comienzo de la entrevista.

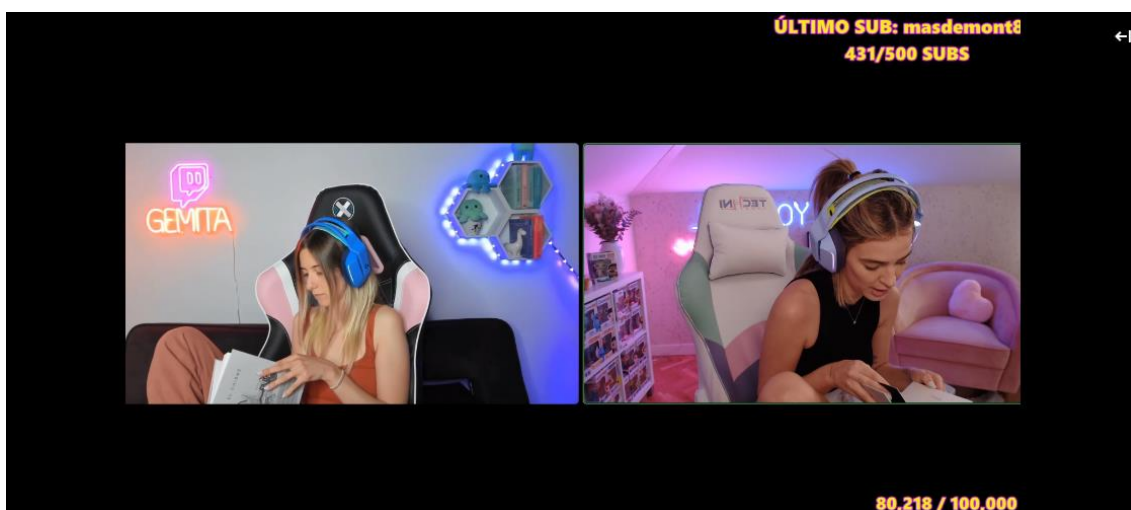


Ilustración 18. Gema y Laura, ya sin Javier, acuerdan hasta qué página van a leer para el siguiente domingo.



Ilustración 19. Imagen de agradecimiento final con el mismo estilo que la primera.

- Ángel Martín



Ilustración 20. Cabecera que indica el inicio del directo.





Ilustración 21. Ángel charla tranquilamente con el chat mientras se toma un café mañanero.



Ilustración 22. Reacción al tráiler de la nueva película que va a estrenar Marvel sobre Venom.



Ilustración 23. Uno de los momentos de la charla que mantuvieron Ángel y Miriam Rodríguez durante el directo.



Ilustración 24. Imagen con la que siempre cierra sus directos el cómico catalán.

- Gemita

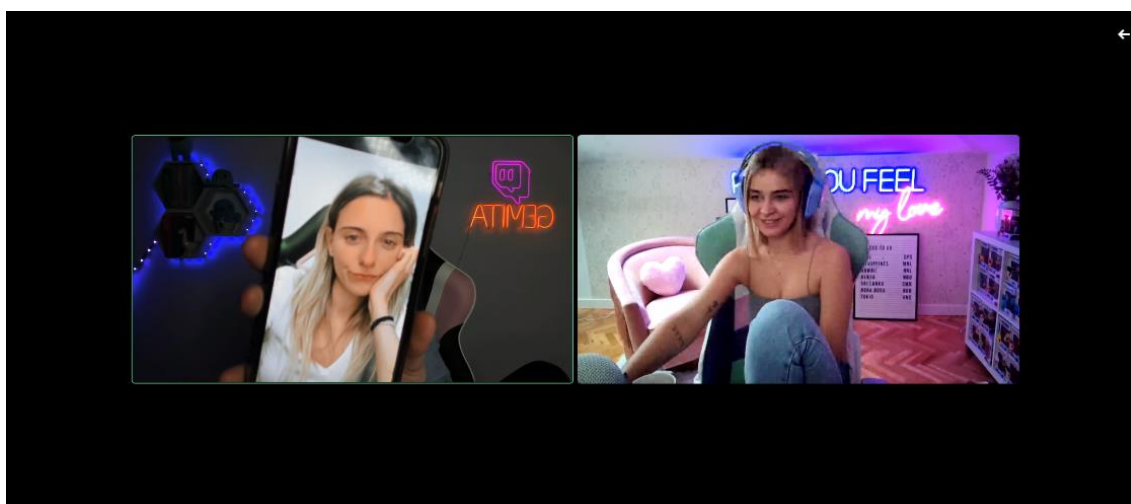


Ilustración 25. Imagen indicativa del comienzo del directo.

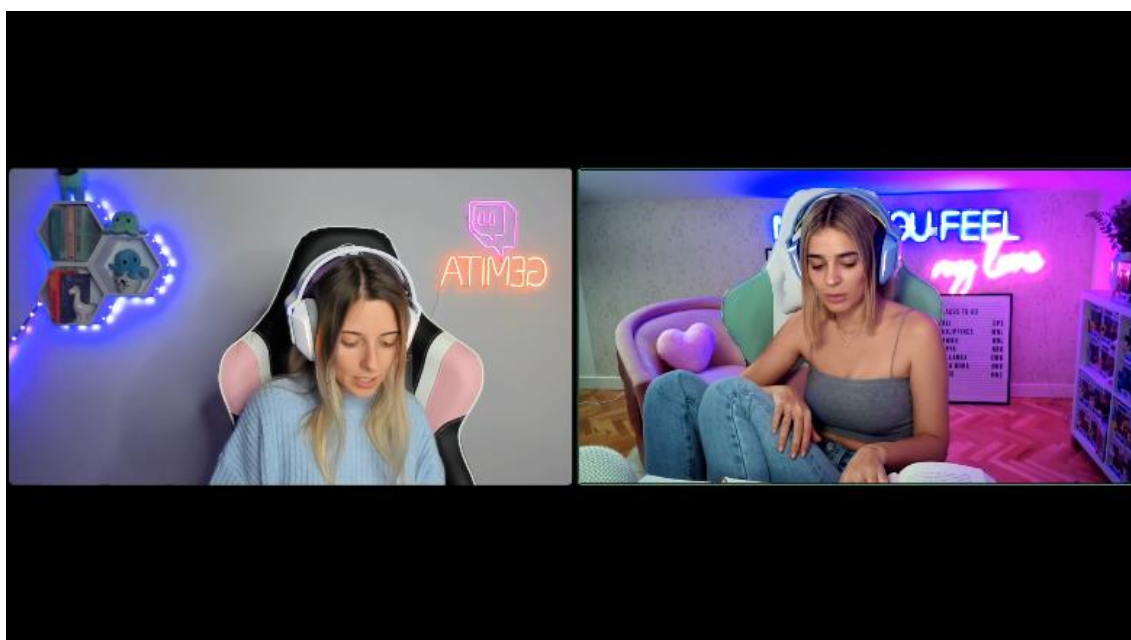


Ilustración 26. Momento en el que Gemma recibe la suscripción de 'HecThorV'.





**Ilustración 27.** Gemma enseña a los espectadores la foto que mandó a Laura emocionada por el final.



**Ilustración 28.** Gemma y Laura Escanes leyendo sus anotaciones para no olvidarse de ningún detalle de la historia.



Ilustración 29. Comentarios de los seguidores en el chat acerca de la obra.



Ilustración 30. Gemma luce contenta el regalo que le ha enviado una suscriptora.



- Ibai:



Ilustración 31. Indicador inicial del comienzo del directo.



Ilustración 32. Presentadores de la primera parte del directo en la mesa de comentaristas.



Ilustración 33. BarbeQ entrevista en la alfombra roja a Borja Iglesias, futbolista profesional del Betis.



Ilustración 34. Imagen organizativa del evento en la que se detallan las horas de cada actuación y combate.



**Ilustración 35.** Actuación de Blon secundado por su amigo Bruno Feliú.



**Ilustración 36.** Torete celebrando su victoria por TKO junto a su entrenador.





**Ilustración 37.** BarbeQ entrevista a Andrea Tova minutos antes de que su novio (Reven) tenga su combate.



**Ilustración 38.** Actuación de Rojuu en el descanso entre el primer y segundo combate.



**Ilustración 39.** Momento exacto en el que Mr. Jagger gana su pelea contra Viruzz.



**Ilustración 40.** El rapero Piezas durante la previa del combate principal de la noche.



Ilustración 41. Reven celebra junto a todos sus amigos y su entrenador la victoria final.

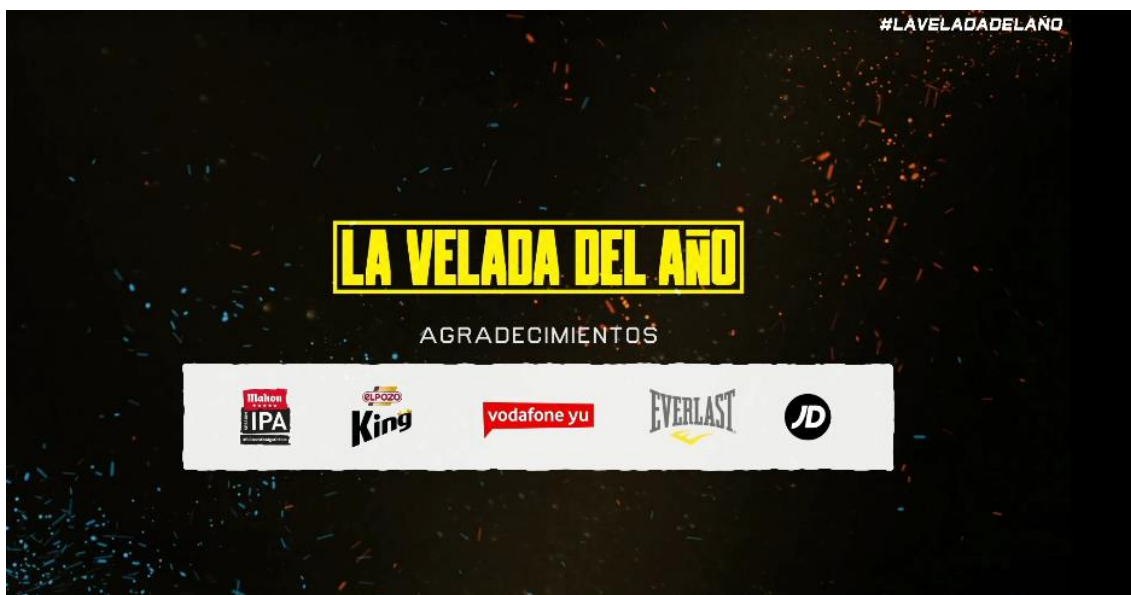
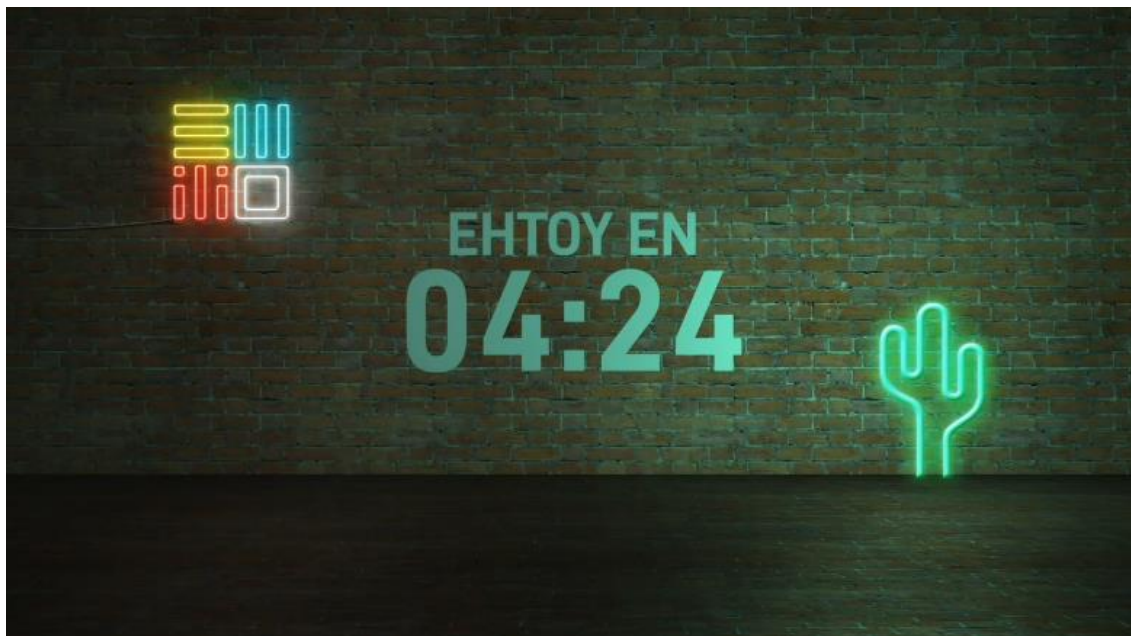


Ilustración 42. Imagen final del directo con todas las marcas que han patrocinado la velada.



## B) Periodistas

- Nanisimo:



**Ilustración 43.** Cabecera de inicio del directo con una cuenta atrás.



**Ilustración 44.** Primeros momentos del directo en el que Doménec recibe una suscripción.



Ilustración 45. El periodista enseña una foto histórica durante la firma de la coalición para el Gobierno israelí.

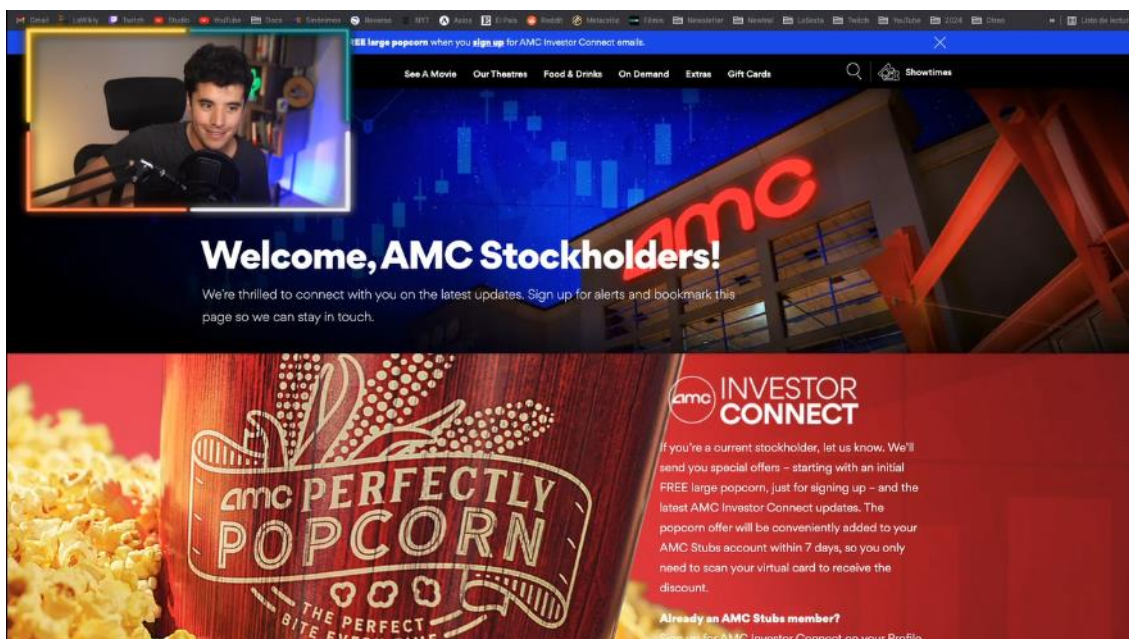


Ilustración 46. Página web en la que se promocionan los beneficios derivados de adquirir acciones de AMC.



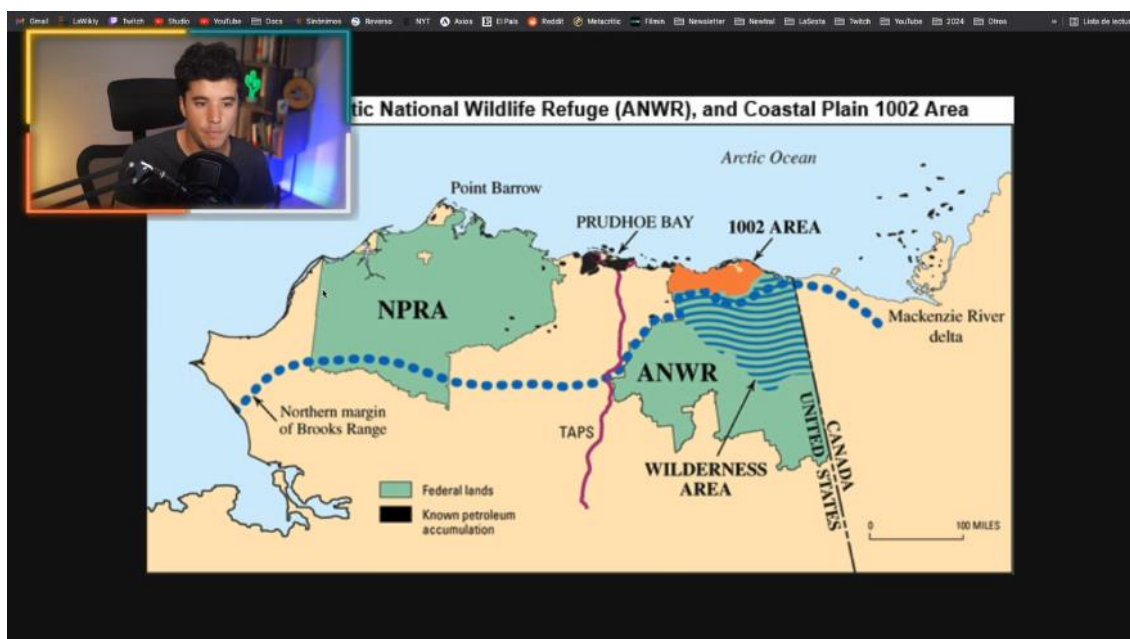


Ilustración 47. Mapa de la zona de Alaska en la que se sitúa el refugio que se va a explorar (NPRA).

State Results

by interior Secretary Deb Haaland reatures two Albuquerque state  
and Mark Moores, a Republican. Mr. Moores has sought to overcome  
t by running with a near-singular focus on Albuquerque's rising crime  
lost from visits by Jill Biden, the first lady, and Doug Emhoff, the  
w Mexico's First Congressional District election in November.

Updated 12:53 AM ET

Candidate	Party	Votes	Pct.
✓ Melanie Stansbury	Democrat	79,208	60.3%
Mark Moores	Republican	46,977	35.7%
Aubrey Dunn	Independent	3,524	2.7%
Christopher Manning	Libertarian	1,736	1.3%
Total reported		131,445	

Results by county

Ilustración 48. Resultados de las elecciones al distrito número 1 de Nuevo México.

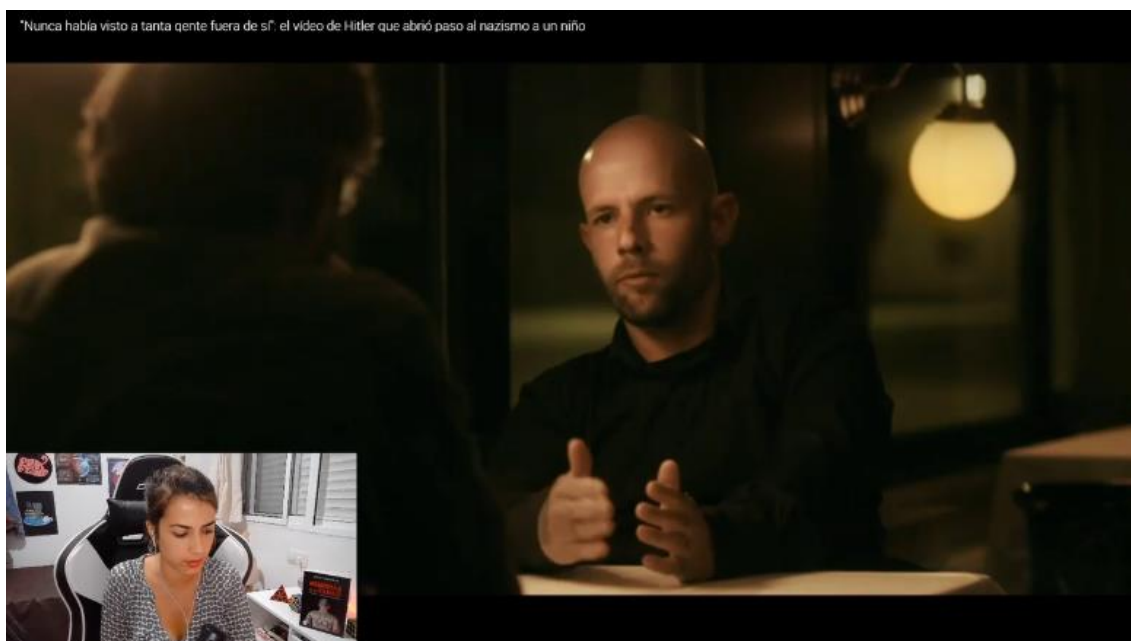


**Ilustración 49.** Momento en el que Doménech se despidе de sus seguidores al final del directo.

- Gata Schrodinger:



**Ilustración 51.** Momento exacto en el que la creadora recibe la suscripción de 'Airinkisaragi'.



**Ilustración 52.** Rocío introduce un fragmento de la entrevista de Jordi Évole a David Saavedra.



**Ilustración 53.** A la derecha de la pantalla se pueden ver los dos libros que está leyendo Rocío y al fondo a la izquierda a su perro sobre la cama.



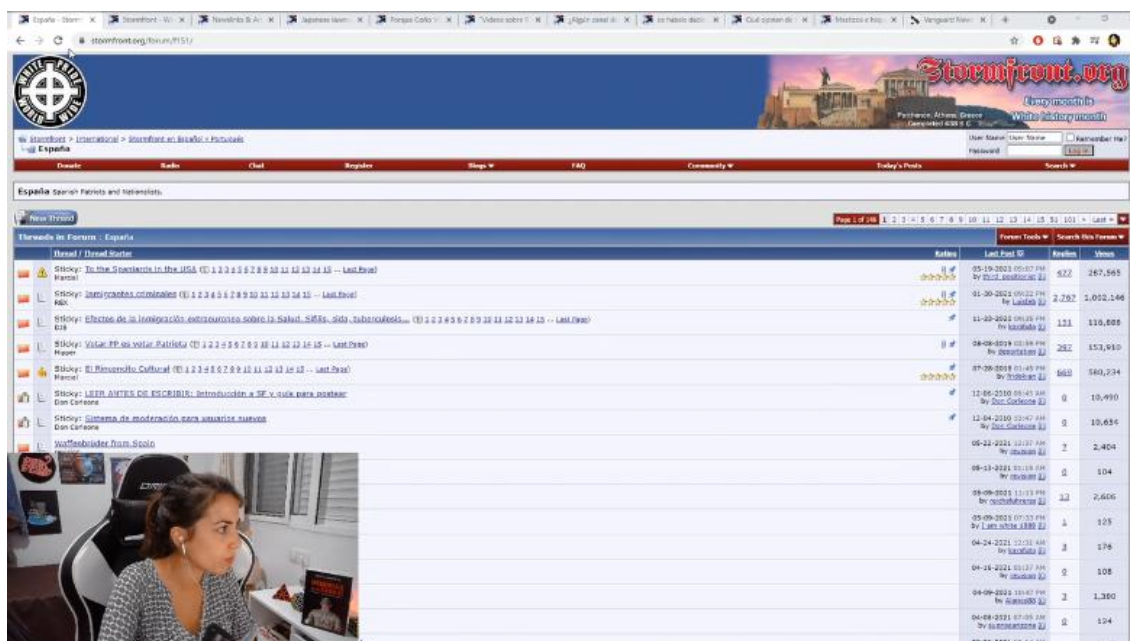


Ilustración 54. Página principal de la plataforma Stormfront. *White pride world wide.*

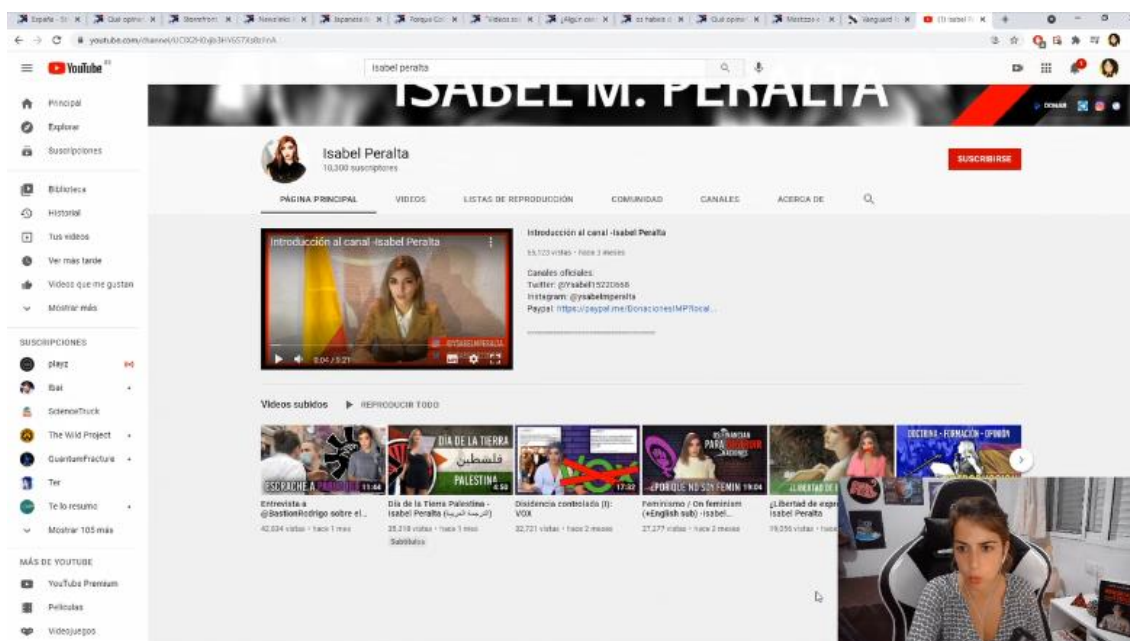
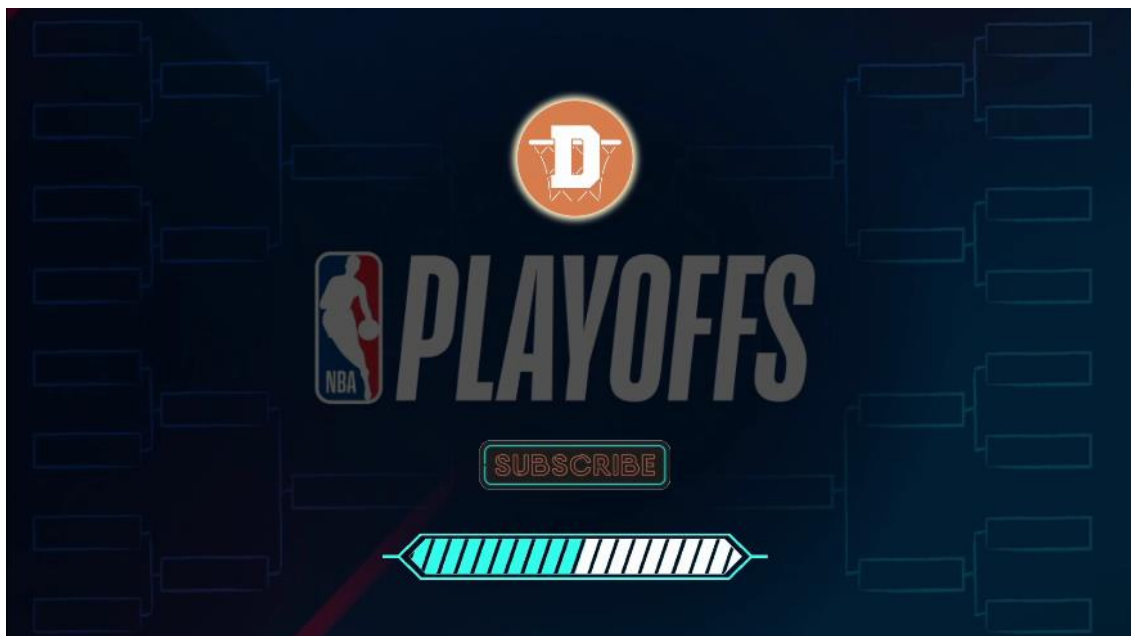


Ilustración 55. GataSchrodinger echa un vistazo en directo al canal de YouTube de la falangista Isabel Peralta.

- DrafteadosNBA



**Ilustración 56.** Imagen indicativa de que el *streaming* está a punto de comenzar.



**Ilustración 57.** José (izquierda) avisando vía Twitter de que habían comenzado el directo mientras Sergio (derecha) saluda y agradece a sus seguidores que hayan entrado ya.



Ilustración 58. Tweet de José desde la cuenta de drafteados.



Ilustración 59. Una de las imágenes introducidas por José durante la grabación del primer vídeo para YouTube.





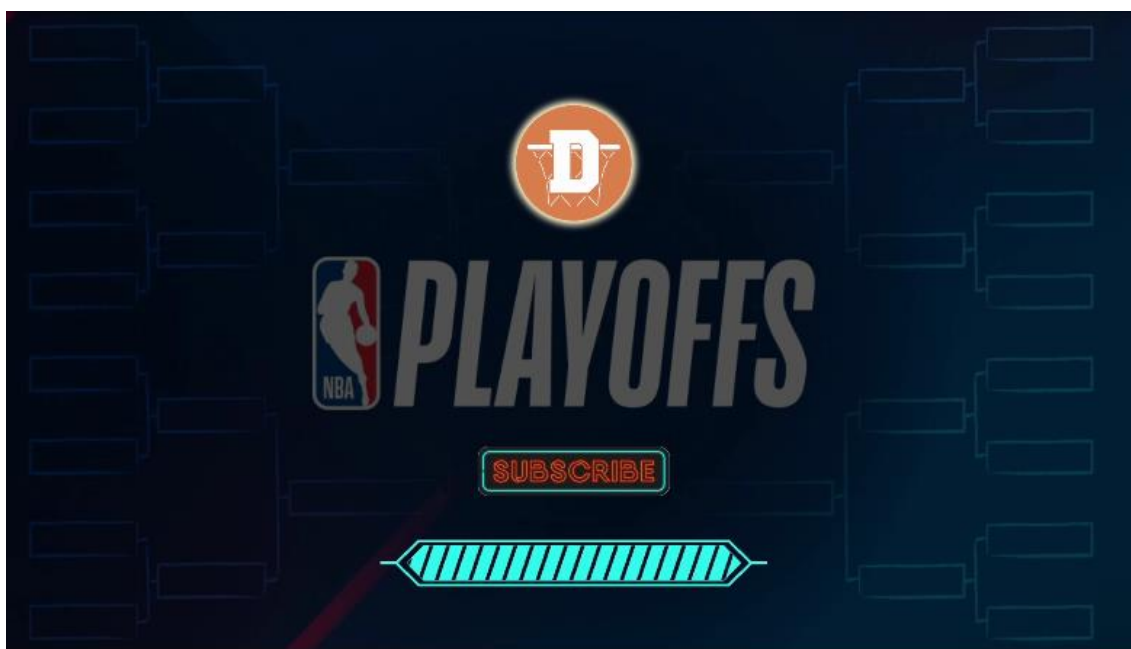
Ilustración 60. José y Sergio respondiendo a la pregunta del chat sobre el hipotético duelo Nets-Bucks.



Ilustración 61. Imagen explicativa sobre las estadísticas de uno de los protagonistas del segundo vídeo.



**Ilustración 62.** Momento de debate entre Sergio y José sobre las dificultades que tienen los jugadores más pequeños para defender en la NBA actual.



**Ilustración 63.** Imagen final con la que despiden el directo y que es igual a la del comienzo.